

SÉNAT

1^{re} SESSION ORDINAIRE DE 1964-1965

Annexe au procès-verbal de la séance du 12 novembre 1964.

RAPPORT GÉNÉRAL

FAIT

au nom de la Commission des Finances, du Contrôle budgétaire et des Comptes économiques de la Nation (1), sur le projet de loi de finances pour 1965, ADOPTÉ PAR L'ASSEMBLÉE NATIONALE,

Par M. Marcel PELLENC,
Sénateur,
Rapporteur général.

TOME III

EXAMEN DES CREDITS
ET DES DISPOSITIONS SPECIALES

ANNEXE N° 45

OFFICE DE LA RADIODIFFUSION-TELEVISION FRANÇAISE

Application de l'article 9 de la loi n° 64-621 du 27 juin 1964.

Rapporteur spécial : M. Edouard BONNEFOUS

(1) Cette commission est composée de : MM. Alex Roubert, *président* ; Jacques Masteau, Gustave Alric, Yvon Coudé du Foresto, *vice-présidents* ; Martial Brousse, Roger Lachèvre, Jacques Richard, *secrétaires* ; Marcel Pellenc, *rapporteur général* ; André Armengaud, Jean Bardol, Jean Berthoin, Edouard Bonnefous, Jean-Eric Bousch, Paul Chevallier, Bernard Chochoy, André Colin, Antoine Courrière, Marc Desaché, Jacques Descours Desacres, Paul Driant, René Dubois, Max Fléchet, Pierre Garet, Roger Houdet, Michel Kistler, Jean-Marie Louvel, André Maroselli, Georges Marrane, Pierre Métayer, Max Monichon, Geoffroy de Montalembert, Georges Portmann, Mlle Irma Rapuzzi, MM. Joseph Raybaud, Ludovic Tron.

Voir les numéros :

Assemblée Nationale (2^e législ.) : 1087 et annexes, 1106 (tomes I à III et annexe 35), 1128 et in-8° 266.

Sénat : 22 (1964-1965).

SOMMAIRE

	Pages.
Introduction	5
PREMIÈRE PARTIE. — Examen des documents comptables	7
I. — Les résultats financiers de l'exercice 1963.....	7
II. — Les résultats provisoires de l'exercice 1964.....	10
DEUXIÈME PARTIE. — Les prévisions budgétaires pour 1965	11
I. — <i>Les recettes</i>	15
A. — La redevance	15
B. — Les services rendus.....	16
C. — Les recettes commerciales et diverses.....	18
II. — <i>Les dépenses</i>	24
A. — Première section. — Exploitation.....	24
B. — Deuxième section. — Equipement.....	28
TROISIÈME PARTIE. — Le problème de la publicité télévisée	30
I. — Historique	30
II. — Les thèses en présence.....	35
III. — La publicité télévisée dans quelques pays européens.....	40
IV. — Observations	42
QUATRIÈME PARTIE. — L'application du nouveau statut de l'O. R. T. F.	47
I. — Le Conseil d'administration.....	48
II. — Le régime financier et comptable.....	49
III. — Le statut des personnels. — Les effectifs.....	51
IV. — Les Comités de programme.....	55
Audition du Ministre et du Directeur Général de l'O. R. T. F.	56
Conclusion	60
ANNEXE N° 1. — La durée des émissions et les crédits affectés aux programmes	61
ANNEXE N° 2. — Les émissions vers l'Etranger	63
ANNEXE N° 3. — L'O. R. T. F. et la Coopération	65
ANNEXE N° 4. — La deuxième chaîne de Télévision	66
ANNEXE N° 5. — La décentralisation des programmes	68
ANNEXE N° 6. — La situation immobilière de l'O. R. T. F. et le bilan de l'occupation de la Maison de la Radio	69
ANNEXE N° 7. — La réforme des Centres de redevances	72
ANNEXE N° 8. — La Télévision en couleurs	73
ANNEXE N° 9. — La Mondiovision	75

Mesdames, Messieurs,

La loi du 27 juin 1964 portant statut de l'O. R. T. F. n'a pas modifié les dispositions antérieures relatives au contrôle du Parlement sur le budget de l'O. R. T. F.

Comme par le passé « le Parlement, sur rapport d'un membre de chacune des Commissions des Finances de l'Assemblée Nationale et du Sénat ayant les pouvoirs des rapporteurs spéciaux, autorise la perception de la redevance pour droit d'usage des postes de radiodiffusion et de télévision ».

C'est dans le cadre de ces dispositions que votre rapporteur a examiné le document budgétaire de l'O. R. T. F. que le Gouvernement a remis aux Assemblées.

Ce document est divisé en trois parties :

- 1° Les résultats financiers de l'année 1963 ;
- 2° Les comptes provisoires pour l'année 1964 ;
- 3° Les prévisions de recettes et de dépenses pour 1965.

Votre rapporteur se propose de les analyser successivement en attirant plus spécialement votre attention sur deux points particuliers :

1° L'impossibilité pour l'O. R. T. F. de financer ses dépenses d'équipement au moyen de ses recettes d'exploitation, d'où un nouveau déficit de 145 millions en 1965 qui s'ajoute à celui du précédent exercice, lui-même de 145 millions ;

2° L'annonce par le Ministre de l'Information de la mise à l'étude de la question de l'introduction de la publicité sur les antennes de l'O. R. T. F.

PREMIERE PARTIE

EXAMEN DES DOCUMENTS COMPTABLES

I. — Les résultats financiers de l'exercice 1963.

A. — BALANCE GÉNÉRALE DES COMPTES

Pour 1963, la balance générale des comptes s'établit comme suit :

a) *Les recettes.*

(En francs.)

Le montant des droits constatés sur les évaluations de recettes propres à cet exercice s'élève à 765.151.917 »

A ce chiffre s'ajoutent les restes à recouvrer à la clôture de la gestion 1962, soit..... 205.090.300,44

Le total des droits constatés de la gestion 1963 s'établit donc à..... 970.242.217,44

Les recouvrements effectués ont atteint le chiffre de 807.047.571,40

Soit à la clôture de la gestion, des restes à recouvrer pour un montant de..... 163.194.646,04

b) *Les dépenses.*

Les dépenses nettes de la gestion se montent à 824.432.191,74

et se répartissent comme suit :

— Dépenses d'exploitation. 606.585.771,01

— Dépenses en capital... 217.846.420,73

En outre, le versement au Trésor s'élève à... 63.300.000 »
et les restes à payer sur la gestion 1963 à..... 3.649.398,31

B. — REMARQUES PARTICULIÈRES

En recettes, le produit de la redevance (ligne 700) est inférieur aux prévisions. La moins-value est imputable à la redevance forfaitaire ; celle-ci, à raison de son caractère, donne lieu, en effet, à un important mouvement de fraude qui fausse les estimations. Aussi a-t-il été tenu compte de ce facteur pour la sincérité des évaluations du budget de 1965.

Par contre, la ligne 76 « Produits accessoires », donne une plus-value de 1.353.671 F. Cette rubrique est destinée à recevoir des recettes de nature très diverses telles que les locations de matériel, les loyers, les prestations diverses des agents logés (eau, gaz, électricité), les dégrèvements d'impôts, les recettes valant réparation d'accidents provoqués par des tiers, etc. De ce fait, il est difficile d'évaluer *a priori* l'importance de ces recettes, ce qui explique la modicité des prévisions.

En ce qui concerne les dépenses, la situation par chapitre de la page 11 du document budgétaire appelle les remarques suivantes :

1° Le montant élevé des annulations de crédits opérées en fin de gestion (41.390.114 F). Interrogé sur l'importance de ce chiffre, l'Office a donné les explications suivantes :

Parmi les dépenses prévues pour une année déterminée, certaines ne sont pas réalisées, d'autres sont bien engagées, mais leur paiement intervient avec retard au cours d'un exercice ultérieur.

Il convient cependant de noter que les annulations de crédits sont beaucoup moins importantes en 1963 qu'en 1962, la situation des charges de l'Office en matière de personnel ayant été apurée dans le courant de l'année 1963, par le paiement de nombreux rappels et des charges y afférents qui restaient dus à la fin de l'année précédente.

Votre rapporteur pense que, s'agissant d'ajustements de crédits opérés en cours d'année, l'évaluation des besoins aurait pu être faite de façon plus précise. C'est ainsi qu'au chapitre 612 « Appointements » on constate qu'un crédit supplémentaire de 9.751.000 F a été ouvert alors qu'un million aurait suffi.

2° Une ouverture de crédits en cours d'exercice de 280.001 F au chapitre 69-57 « Achat de valeurs ».

Ce crédit a été ouvert dans le courant de la gestion 1963 pour financer l'achat par l'O. R. T. F. d'actions de la société Télé-Europe.

A la question qui lui a été posée, l'O. R. T. F. justifie, ainsi qu'il suit, l'intérêt de sa participation dans cette société :

a) Télé-Europe est une société anonyme qui a pour objet directement et indirectement, en France et à l'étranger :

- toutes études, production, achat, vente, location et exploitation de tous documents sonores ou images pouvant être diffusés sur les antennes de radio ou de télévision ou pouvant être projetés sur les écrans de cinéma quel que soit le circuit (ceci pour son propre compte ou celui d'autrui).
- d'une manière générale, toutes opérations commerciales, industrielles, mobilières, immobilières et financières se rapportant directement ou indirectement à l'objet social, le tout tant pour elle que pour le compte de tous tiers, à la commission, au courtage, à la représentation, dépôts et consignations, etc... y compris la création de toutes sociétés filiales ou non, la prise d'intérêts dans toutes autres affaires similaires, sociétés créées ou à créer, la participation, le compte à demi, la gérance.

b) L'O. R. T. F. détient 35 % du capital social (1 million de francs) de Télé-Europe.

La prise de participation a été autorisée par un arrêté du 8 juillet 1963 publié au *Journal officiel* du 17 juillet 1963.

c) En sa qualité de prestataire de services, Télé-Europe met ses moyens à la disposition de l'O. R. T. F. pour la réalisation d'émissions de télévision. Les relations qui en découlent sont sanctionnées par un marché ».

Votre Rapporteur rappelle que, l'année dernière, le Ministre de l'Information avait précisé, au sujet de cette société, que la R. T. F. était dans l'obligation de faire appel à des sociétés extérieures de production :

« ... du fait que la seule société spécialisée qui peut être considérée comme liée à l'établissement Télé-Europe n'effectue que des tournages légers, du type tournages d'actualités et que les moyens techniques et le personnel dont elle dispose ne lui permettent pas d'assurer des productions filmées analogues à celles qui sont confiées aux sociétés extérieures ».

Pour cette raison, on peut se demander s'il était opportun pour l'O. R. T. F. de prendre une participation de 35 % dans une société qui ne peut satisfaire que très partiellement à ses besoins.

*
* *

II. — Les résultats provisoires de l'exercice 1964.

Au 31 juillet 1964, sur les 900.029.600 F de recettes prévues pour l'année, les droits constatés s'élèvent à 576.797.505,98 F.

A cette même date, le montant des ordonnances de paiement émises depuis le 1^{er} janvier était de 390.800.704,54 F. Celles-ci sont couvertes par des engagements de dépenses dont le total atteint 571.903.298,94 F.

Il est à noter que ce chiffre est inférieur de près de 5 millions au montant des droits constatés pendant la période considérée. On se souvient que le budget de l'Office, pour 1964, accusait un déficit de 145 millions.

Interrogé sur la question de savoir comment a été financé ce déficit, l'O. R. T. F. a répondu :

« Le déficit de l'Office a pu être couvert jusqu'à présent par les disponibilités de l'établissement, compte tenu du fait que le versement au Trésor de l'exercice 1963 n'a pas été effectué, non plus que le versement de l'exercice 1964.

« Il est prévu que d'ici la fin de l'année 1964, les disponibilités de l'Office seront à un niveau tel qu'une avance du Trésor sera indispensable ».

Le tableau ci-dessous donne la situation comptable, établie au dernier jour du mois, des disponibilités de l'Office entre le 1^{er} janvier 1963 et le 30 juin 1964 :

Disponibilités de trésorerie de l'Office.

DERNIER JOUR du mois de :	DISPONIBILITES (En millions de francs.)	DERNIER JOUR du mois de :	DISPONIBILITES (En millions de francs.)
Décembre 1962.....	123	Octobre 1963.....	77
Janvier 1963.....	159	Novembre 1963.....	67
Février 1963.....	175	Décembre 1963.....	60
Mars 1963.....	134	Janvier 1964.....	42
Avril 1963.....	130	Février 1964.....	83
Mai 1963.....	129	Mars 1964.....	95
Juin 1963.....	121	Avril 1964.....	119
Juillet 1963.....	109	Mai 1964.....	104
Août 1963.....	101	Juin 1964.....	95
Septembre 1963.....	89		

DEUXIEME PARTIE

LES PREVISIONS BUDGETAIRES POUR 1965

La situation générale des prévisions budgétaires pour 1965 est donnée par le tableau suivant :

SITUATION

DEPENSES

(En millions)

INTITULES	1964	MODIFICATIONS	1965
PREMIÈRE SECTION.			
Fonctionnement des services.....	618,7	+ 65,6	684,3
Impôts, frais financiers et divers.....	38,2	+ 1	39,2
Dotation aux provisions.....	8,5	+ 3,5	12
Dotation aux amortissements (virement à la 2 ^e section).	71,3	+ 4	75,3
	736,7	+ 74,1	810,8
Versement au Trésor.....	70,5	+ 19,8	90,3
Excédent (virement à la 2 ^e section).....	20,7	— 20	0,7
Totaux	827,9	+ 73,9	901,8

DEUXIÈME SECTION. —

Equipement (crédits de paiement).....	210,7	— 20,7	190
Autres immobilisations	19,2	+ 3,8	23
Remboursements d'emprunts, prêts.....	7,9	+ 0,1	8
Totaux	237,8	— 16,8	221

RECAPI

Montants bruts	1.065,7	+ 57,1	1.122,8
A déduire : virements internes.....	— 92	+ 16	— 76
Montants nets	973,7	+ 73,1	1.046,8

GENERALE

RECETTES

de francs.)

INTITULES	1964	MODIFICATIONS	1965
<i>— Exploitation.</i>			
Produit de la redevance.....	760	+ 62	822
Remboursement des services rendus à l'Etat.....	42,7	+ 2	44,7
Recettes commerciales et diverses.....	25,2	+ 9,9	35,1
Totaux	827,9	+ 73,9	901,8

Opérations en capital.

Amortissements (virement de la 1 ^{re} section).....	71,3	+ 4	75,3
Divers	0,8	— 0,8	»
	72,1	+ 3,2	75,3
Excédent d'exploitation (virement de la 1 ^{re} section).	20,7	— 20	0,7
Emprunt et ressources diverses.....	145	»	145
Totaux	237,8	— 16,8	221

TULATION

.....	1.065,7	+ 57,1	1.122,8
.....	— 92	+ 16	— 76
.....	973,7	+ 73,1	1.046,8

Le budget de l'Office pour 1965 est arrêté, en dépenses, à la somme de..... 1.046,8 millions.
celui de 1964 était de..... 973,7 millions.

La différence entre les deux années s'établit à..... 73,1 millions,
soit une augmentation de 7,5 %.

Les recettes sont prévues pour un montant de 901,8 millions, en augmentation de 73,9 millions par rapport à celles de l'année dernière, ce qui donne un pourcentage de 8,9 %.

L'augmentation des dépenses est donc entièrement compensée, cette année, par l'accroissement des recettes. Mais cet équilibre ne concerne que les recettes et les dépenses d'exploitation. En effet, le déficit du budget d'équipement atteint, cette année encore, 145 millions, soit au total un déficit de 290 millions pour les deux exercices 1964 et 1965. L'Office propose de combler le déficit de 1965 en inscrivant en recettes, comme il l'a fait dans le précédent budget, un crédit de 145 millions à la rubrique « Emprunt et ressources diverses ».

La question se pose encore cette année de savoir si l'O. R. T. F. sera autorisé à émettre l'emprunt dont il a absolument besoin pour financer les dépenses d'équipement de la deuxième chaîne de télévision. Le principe en avait été admis pour combler le déficit du budget de 1964. En fait, pour donner des moyens de trésorerie à l'Office, le Ministère des Finances s'est borné à différer le recouvrement des « versements au Trésor » dus au titre des années 1963 et 1964 et dont le total atteint :

Budget 1963.....	63,3 millions.
Budget 1964.....	70,5 millions.
Total	133,8 millions.

Aux termes de l'accord intervenu entre le Ministère des Finances et l'O. R. T. F., celui-ci doit se libérer de cette dette envers le Trésor en plusieurs annuités, dont les deux premières sont fixées à 14 millions, à verser fin 1964 et courant 1965. Ces versements seront effectués au moyen des disponibilités de trésorerie de l'Office, compte tenu d'une avance du Trésor à intervenir fin 1964 et de l'emprunt à réaliser en 1965.

Votre Rapporteur ne peut approuver, pour sa part, ce système d'avances à court terme, dont les modalités de remboursement font peser une lourde hypothèque sur les moyens de trésorerie de l'Office.

Avec votre Commission, il estime que l'O. R. T. F. devrait être autorisé, comme les autres établissements du secteur nationalisé, à contracter des emprunts pour le financement de ses dépenses d'équipement.

*
* *

I. — Les recettes.

A. — LA REDEVANCE

Selon les prévisions de l'Office, la redevance doit produire 822 millions, soit une augmentation de 62 millions par rapport à l'année dernière.

Il est attendu 682 millions de la redevance annuelle et 140 millions de la redevance forfaitaire.

Aux taux actuels des redevances (radio 25 F ; télévision 85 F), ces recettes correspondent aux prévisions ci-dessous du nombre de comptes ouverts à la date du 1^{er} janvier 1965.

NATURE DE LA REDEVANCE	NOMBRE DE COMPTES (En milliers.)	
	Radio.	Télévision.
Redevance annuelle.....	9.700	5.400
Redevance forfaitaire.....	1.100	1.300

Le nombre de comptes ouverts au 1^{er} janvier 1964 était de 10.150 pour la radio et de 4.400 pour la télévision. La comparaison de ces deux situations fait apparaître un accroissement d'un million du nombre des comptes « télévision » et une légère diminution (— 450.000) du nombre des comptes « radio ». Celle-ci est la conséquence de la transformation des comptes « radio » en compte unique « radio-télévision ».

L'application du compte unique a une incidence analogue dans les divers pays qui ont institué la redevance unique ainsi qu'en témoignent les tableaux ci-après qui donnent au 31 décembre de chaque année et en millions de comptes, l'évolution du nombre des redevances dans chacun des cinq pays considérés.

Radio.

	1959	1960	1961	1962	1963
Allemagne fédérale (1).....	15,35	15,36	15,75	16,20	16,60
Belgique	2,47	2,58	2,73	2,89	2,20
France	10,70	10,98	10,41	10,35	10,15
Grande-Bretagne	4,83	4,08	3,65	3,35	3,09
Italie	6,01	5,88	5,72	5,58	5,28

(1) En Allemagne fédérale, la redevance télévision ne dispense pas du paiement de la redevance radio.

Télévision.

	1959	1960	1961	1962	1963
Allemagne fédérale	3,36	4,62	5,86	7,18	8,50
Belgique	0,39	0,61	0,82	1,01	1,20
France	1,36	1,90	2,55	3,42	4,40
Grande-Bretagne	10,11	11,07	11,65	12,23	12,79
Italie	1,57	2,12	2,76	3,45	4,28

B. — LES SERVICES RENDUS

Les recettes de l'Office, au titre du remboursement des services rendus (voir tableau de la page suivante), atteindront 44,7 millions en 1965, soit une augmentation de 2 millions par rapport à 1964, correspondant aux prestations supplémentaires demandées par le Ministère de l'Education nationale.

Les prévisions de recettes de l'Office au titre du remboursement des services rendus sont ainsi réparties :

	EVALUATIONS 1964.	PREVISIONS budgétaires 1965.
Ministère des Affaires étrangères.....	24.160.000	24.160.000
Ministère d'Etat chargé des D. O. M. et T. O. M.....	3.930.000	3.930.000
Ministère des Finances et des Affaires économiques.	560.000	560.000
Ministère de l'Education nationale.....	5.000.000	7.000.000
Secrétariat d'Etat chargé des Affaires algériennes...	7.000.000	7.000.000
Organismes divers français et étrangers.....	2.000.000	2.000.000

Le coût total des émissions de radiodiffusion et de télévision scolaires s'élèvera à 7 millions pour l'année scolaire 1964-1965. Celles-ci peuvent être classées en deux catégories :

— Emissions de radiodiffusion et de télévision scolaires (enseignement du premier et du second degré) réalisées en collaboration avec l'Institut pédagogique national ;

— Emissions de radiodiffusion universitaires réalisées en collaboration avec les académies de Paris, Bordeaux, Lille, Nancy, Strasbourg, Reims.

La répartition des moyens financiers et le volume hebdomadaire des émissions seront de l'ordre de :

ANNEE SCOLAIRE 1964-1965	DEPENSES	NOMBRE D'HEURES D'EMISSION par semaine.
	Francs.	
Radiodiffusion scolaire.....	2.200.000	18 h. 44
Radiodiffusion universitaire..	1.100.000	72 h. { Paris 12 h. Lille 12 h. Bordeaux 12 h. Nancy, Strasbourg et Reims 12 h. Rennes 12 h. Toulouse 12 h.
Télévision scolaire.....	(1) 6.000.000	13 h. 20

(1) Y compris le coût de la réalisation technique d'émissions que l'Office prenait jusqu'ici à sa charge (1.700.000 F).

En ce qui concerne l'année scolaire 1965-1966, le volume des émissions sera également supérieur à celui de l'année 1964-1965. Ceci entraînera un accroissement des dépenses au cours du quatrième trimestre 1965. Il n'est toutefois pas possible de déterminer actuellement avec précision ce que sera l'année scolaire 1965-1966 et son incidence sur le plan financier, la préparation du plan de programme relevant de la compétence du Ministère commanditaire.

*
* *

C. — LES RECETTES COMMERCIALES ET DIVERSES

Les prévisions de recettes sous cette rubrique s'élèvent à 35,1 millions et se répartissent comme suit :

— recettes commerciales.....	32,2 millions.
— produits financiers et divers.....	2,9 millions.

Soit au total..... 35,1 millions.

Par rapport à l'année dernière, les produits financiers et divers sont en diminution de 1,1 million. Par contre, les recettes commerciales augmentent de 11 millions, soit dans la proportion de 50 %.

Ce pourcentage élevé d'augmentation est justifié de la manière suivante par l'Office :

L'augmentation des recettes commerciales a été constante depuis plusieurs années (voir tableau de la page suivante).

En 1964, l'évaluation budgétaire s'élevait à 21,2 millions. Ce chiffre est d'ores et déjà dépassé et on peut estimer que les recettes commerciales s'élèveront en fait à plus de 25 millions.

Pour 1965, l'évaluation budgétaire (32,2 millions) représente une augmentation de 11 millions sur l'évaluation budgétaire de 1964, mais de 6 millions seulement sur l'estimation actuelle.

La courbe ascendante des recettes commerciales a essentiellement une triple origine :

- accroissement des efforts en vue de la commercialisation de divers produits ;
- hausse de certains tarifs ;
- augmentation du nombre de campagnes d'émissions compensées, augmentation facilitée par l'existence de la seconde chaîne de télévision.

Le tableau n° 2 ci-dessous retrace l'évolution des recettes commerciales de l'Office depuis 1960 :

**Evolution du produit des émissions compensées
et des recettes commerciales de l'O. R. T. F. depuis 1960.**

ANNEES	EMISSIONS compensées.	VENTE DE publications.	MANIFESTATIONS publiques.	VENTE de matériel artistique ou d'information.	EMISSIONS publicitaires Outre-Mer (1).	TOTAL
1960	3.030.726	805 »	399.988,87	78.393,15	256.518,72	3.766.431,74
1961	5.607.660	1.283,06	618.278,78	1.907.827,31	434.509,42	8.569.558,57
1962	9.439.810	25.214,69	868.242,39	2.114.693,62	589.230,65	13.037.191,35
1963	15.386.310	6.545,63	974.150,03	3.131.573,90	940.759,23	20.439.338,79
1964	19.820.780	26.511,55	358.495,70	1.514.805,17	445.363,31	22.165.955,73
(au 21 juillet).						

(1) Il s'agit de la publicité faite sur les antennes des postes d'Outre-Mer (communiqués et avis divers). Cette situation préexistait à la prise en charge de ces postes par l'O. R. T. F. Elle répond à des nécessités régionales.

*
* *

Les émissions compensées.

La ventilation des recettes commerciales (tableau ci-dessus) montre que le produit des émissions compensées constitue l'essentiel de ces recettes.

Cette forme de publicité a été autorisée sur les ondes de la Radiodiffusion nationale par l'article 2 de la loi n° 51-601 du 24 mai 1951 ainsi conçu :

La propagande collective d'intérêt national faite sous la forme d'émissions compensées, pourra être acceptée, notamment en faveur du développement de la consommation de produits agricoles ou résultant de la transformation de produits agricoles dans le sens de la politique d'expansion économique agricole poursuivie par le Gouvernement.

Le produit net de ces émissions compensées sera rattaché par la procédure des fonds de concours au chapitre 1100 - Art. 2 : « Crédits artistiques. — Dépenses de cachets pour la Télévision », en vue de permettre l'amélioration des programmes télévisés.

L'application de cette disposition législative a motivé la création à la R. T. F. d'un service des émissions compensées :

1° *Organisation.* — Ce service comprend trois sections :

— Une section administrative de 3 personnes, qui assure la mise au point des conventions et la comptabilité financière ;

— Une section artistique de 4 personnes chargées de la programmation des émissions, de la conception des communiqués radio et des spots télévisés et de la liaison avec les Directions de programmes pour le patronage des émissions de jeux radio-diffusés ou télévisés ;

— Une section technique de 5 personnes qui constitue l'encadrement O. R. T. F. de la production des spots télévisés.

2° *Modalités de sélection des annonces publicitaires.* — Aucune émission compensée ne peut être diffusée sans l'accord écrit, d'une part, du Ministre de l'Agriculture ou du Ministre de l'Industrie, selon les secteurs concernés, et, d'autre part, du Ministre des Finances et des Affaires économiques, responsable de la politique économique du Gouvernement.

L'intérêt général de la campagne est apprécié par les Ministres intéressés. Ces derniers font connaître leur avis favorable à M. le Directeur général de l'O. R. T. F.

Il n'y a pas de régie publicitaire à l'O. R. T. F. : l'organisme contractant traite, soit directement avec le Service des émissions compensées de l'Office, soit par l'intermédiaire d'une agence de publicité de son choix.

3° *Tarifs des émissions compensées.* — Les prix de vente sont calculés forfaitairement et comprennent la conception, la réalisation, la location d'antenne et la diffusion, ainsi que toute commission ou taxe. Le tableau ci-après indique les tarifs appliqués à ce jour.

L'O. R. T. F. estime que compte tenu des commissions aux agences et des frais généraux, ainsi que des frais artistiques et techniques, les recettes nettes atteignent 50 % des recettes brutes.

Le Service des émissions compensées vient d'être rattaché « aux services des relations publiques et des affaires commerciales » par une décision du Directeur général de l'O. R. T. F., en date du 18 septembre 1964, prise dans le cadre de la réorganisation des services de l'Office.

Radiodiffusion.

Durée de tous les communiqués : une minute dont : 40 à 45 secondes de texte encadré d'un indicatif musical.

	Tarif forfaitaire net.
<i>Programme France-Inter Jeunesse.</i>	
(Ex-France I.) Diffusion à 6 h 58.....	1.500 F.
<i>Programme France-Inter.</i>	
(France-Inter Jeunesse et France-Inter Variétés réunis.)	
(Ex-France I plus Ex-France II.)	
Diffusions : 7 h 29, 8 h 29, 12 h 59, 13 h 59, 19 h 29.....	2.500 F.
<i>Programme France-Culture.</i>	
Diffusion : 8 h, 11 h 59, 19 h.....	750 F.
<i>Programme Régional.</i>	
Diffusion sur un des neufs émetteurs régionaux de grande puissance. — Par émetteur.....	400 F.

Télévision.

1^{re} chaîne T. V.

Durée d'un spot.		Tarif forfaitaire net (*).
45"	Réalisation d'un spot et 3 diffusions.....	60.000 F.
	3 rediffusions pendant les vacances (15 juillet au 31 août)	25.000 F.
	3 rediffusions avant le 13 juillet et après le 1 ^{er} septembre	45.000 F.
15"	Réalisation d'un flash et 3 diffusions.....	20.000 F.

2^e chaîne T. V.

45"	Réalisation d'un spot et 2 diffusions.....	27.500 F.
	2 rediffusions	15.000 F.
15"	Réalisation d'un flash et 2 diffusions.....	8.750 F.

1^{re} et 2 chaînes jumelées.

45"	Réalisation d'un spot et 5 diffusions.....	70.000 F.
15"	Réalisation d'un flash et 5 diffusions.....	23.750 F.

HORAIRE

1^{re} chaîne : 3 diffusions une fois avant chacune des trois éditions des Actualités télévisées (entre 12 h 50 et 13 h et entre 19 h 50 et 20 h et avant la dernière édition).

2^e chaîne : 2 diffusions une fois avant l'édition des Actualités télévisées de 20 h 30 et une fois avant l'annonce de fin vers 22 h 30.

*
* *

(*) Le tarif est celui en vigueur à la date de la signature de la convention dont la durée peut atteindre 12 mois. Aucune révision de prix n'a lieu pendant l'exécution de la convention, même si les tarifs sont modifiés.

**Principaux bénéficiaires des émissions publicitaires
pendant le premier semestre 1964.**

La liste des campagnes d'émissions compensées diffusées en 1964 est indiquée ci-dessous (liste arrêtée au 30 septembre 1964).

I. — Campagnes ministères, services publics et assimilés.

Service d'exploitation industrielle des tabacs et allumettes.	A. F. N. O. R.
Loterie nationale.	Caisses d'épargne et de prévoyance.
Electricité de France.	Marine marchande (poissons).
Gaz de France.	Charbonnages de France.

II. — Campagnes d'emprunts.

Crédit agricole.	P. T. T.
Charbonnages de France.	Electricité de France.
S. N. C. F.	Ministère des Finances.
Crédit national.	Gaz de France.
Crédit foncier.	Groupement de l'industrie sidérurgique.
Acier.	

III. — Campagnes de productions nationales et pays d'outre-mer.

Comité des agrumes de la zone franc.	Société pour l'expansion des ventes des produits agricoles et alimentaires (bœuf en daube, confitures, huile de tournesol, poulet, viandes, crèmes glacées, pru- neaux, ananas, pêches, petits pois).
Comité du lait et sous-produits.	Union des industries de biscuiterie.
Comité français du café.	Chambre syndicale de la confiserie (pain d'épice, gomme arabique).
Syndicat des pâtes alimentaires.	Syndicat national de la construction électro-domestique.
Chambre syndicale de la chicorée.	Chambre syndicale des verreries de France.
Comité pour la consommation de la morue.	Chambre syndicale des forges productrices de fer blanc.
Union nationale cidricole.	
Centre national des jus de fruits.	
Fédération nationale des fabricants de peinture.	

IV. — Foires internationales et salons.

Salon international du cuir.	Foire internationale de Marseille.
Foire internationale de Lille.	Salon de l'équipement de bureau.
Foire internationale de Bordeaux.	

V. — Campagnes de caractère social.

Sécurité sociale.	Assurances sur la vie.
Amélioration de la vue.	Assurances accidents.

VI. — *Campagnes d'associations à but non lucratif.*

Voix de l'espérance.

Semaine de l'exactitude.

Haut Comité d'études et d'information sur
l'alcoolisme.

VII. — *Campagne d'émissions touristiques.*

Ville de Vichy.

*
* *

**Ressources financières des organismes de radio-télévision
dans quelques pays européens.**

Allemagne fédérale.

- Redevance radio et redevance télévision. — Pas de compte unique. — Taux fixé par les Gouvernements des Länder. — Recouvrement par les P. T. T.
- Publicité sur les deux chaînes de télévision.

Grande-Bretagne.

- B. B. C.
 - Taxe sur les récepteurs de radiodiffusion et de télévision (taxe combinée RD et TV). — Taux fixé par le Gouvernement. — Recouvrement confié aux P. T. T.
 - Publicité et programmes commerciaux interdits.
- I. T. A.
 - Tire ses revenus de l'exploitation commerciale de son réseau de télévision.

Italie.

- Redevance d'abonnement (licences simples de R. D. et licences combinées R. D. et T. V.). — Taux fixé par décret. — Recouvrement assuré par le Trésor.
- Revenus de la publicité radiophonique et télévisuelle.

Belgique.

- Redevance dont le taux est fixé par la loi et le recouvrement assuré par les P. T. T.
- Subvention annuelle inscrite au budget de l'Etat en faveur de chacun des instituts.
- Interdiction de procéder à des émissions revêtant un caractère de publicité commerciale et d'éditer d'autres publications que les programmes des émissions.

Danemark.

- Redevance radiophonique. — Taux fixé par la loi. — Recouvrement effectué par l'institution publique autonome de la radiophonie danoise.
- Publicité commerciale interdite.

*
* *

II. — Les dépenses.

A. — PREMIÈRE SECTION. — EXPLOITATION

La première section du budget de l'Office pour 1965 est arrêtée en dépenses à la somme de 901,8 millions se décomposant comme suit :

INTITULES DES DEPENSES	PREVISIONS pour 1965.	MODIFICATIONS par rapport à 1964.
	(Millions de francs.)	(Millions de francs.)
Fonctionnement des services.....	684,3	+ 65,6
Impôts, frais financiers et divers.....	39,2	+ 1
Dotation aux provisions.....	12	+ 3,5
Dotation aux amortissements (virements à la deuxième section).....	75,3	+ 4
Versement au Trésor.....	90,3	+ 19,8
Excédent (virement à la deuxième section)..	0,7	— 20
Totaux	901,8	+ 73,9

L'examen de ce tableau montre une augmentation très sensible des dépenses de fonctionnement (plus de 10 %), du versement au Trésor et la quasi-suppression de la dotation à l'auto-financement (0,7 million en 1965 contre 20,7 en 1964 et 68 en 1963).

a) Dépenses de fonctionnement.

Les crédits supplémentaires demandés à ce titre, malgré les économies qu'a permis de réaliser la suppression d'une chaîne de radiodiffusion (1) se rapportent à concurrence de :

9,7 millions aux mesures acquises.

76,1 millions aux mesures nouvelles.

(1) La réorganisation des chaînes de radiodiffusion a permis de réaliser, en 1964, une économie de 19,6 millions ainsi répartie :

— Frais de personnel (suppression de 195 emplois).....	6 M.
— Frais techniques	6 M.
— Frais de programmes.....	6 M.
— Frais divers	1,6 M.

Total 19,6 M.

1° *Mesures acquises.* — Elles se rapportent, d'une part à l'incidence budgétaire en année pleine de mesures intervenues dans le courant de l'année 1964 et, d'autre part, à l'annulation de crédits correspondant à des dépenses non renouvelables inscrites au budget de 1964.

Parmi les premières, on distingue :

— les majorations de salaires.....	+	4,2 millions.
— les frais de fonctionnement de la deuxième chaîne et la décentralisation des programmes.....	+	18,0 millions.
		<hr/>
Total	+	22,2 millions.

Les dépenses d'exploitation prévues en 1964 et non renouvelables en 1965 viennent en déduction pour un montant de 12,5 M.

Il s'agit :

— des économies résultant de la suppression de 445 emplois, à compter du 1 ^{er} juillet 1964 (voir tableau n° 3)...	3.400.000 F.
— de l'achat de véhicules (extension du parc).....	500.000 F.
— des Jeux Olympiques de Tokyo.....	5.000.000 F.
— des achats faits pour le compte de tiers :	
— télévision marocaine	1.244.000 F.
— défense nationale	500.000 F.
	<hr/>
	1.744.000 F.
— de la réorganisation des services.....	1.900.000 F.
<hr/>	
Total	12.544.000 F.

2° *Mesures nouvelles.* — Elles se répartissent ainsi :

— ajustements aux besoins.....	+	38,2 millions.
— deuxième chaîne de télévision, décentralisation des programmes et frais divers de production et de programmes.....	+	30,3 —
— mise en œuvre d'installations et d'équipements	+	4,0 —
— imprévus et divers.....	+	3,6 —
		<hr/>
Total.....	+	76,1 millions.

Emplois statutaires supprimés au 1^{er} juillet 1964.

(Personnel permanent du statut général.)

NIVEAU	FONCTIONS administratives.	FONCTIONS artistiques.	FONCTIONS techniques.	TOTAL
L	»	»	1	1
K	»	1	3	4
J	9	6	5	20
I	13	15	24	52
H	30	22	20	72
G	»	12	6	18
F	8	3	15	26
E	2	3	8	13
D	46	3	28	77
C	12	»	37	49
B	27	22	21	70
A	40	»	3	43
Totaux	187	87	171	445

Au sujet de l'augmentation des dépenses de fonctionnement, l'Office donne les précisions suivantes :

« Les charges supplémentaires du fonctionnement des services, qui représentent, dans le budget 1965, un peu plus de 10 % d'augmentation par rapport à 1964, s'analysent ainsi :

1° La majeure partie représente des *dépenses inéluctables* trouvant leur origine dans des textes légaux ou réglementaires, dans des accords contractuels passés par l'Office ou encore dans le souci d'éviter qu'un décalage s'instaure entre les rémunérations des agents de l'Office et celles des agents des autres services publics :

a) Charges liées à l'augmentation des prévisions de recettes :

- versements aux sociétés d'auteurs et à l'industrie du disque, contractuellement indexés sur les prévisions de recettes ;
- dépenses entraînées par l'augmentation des recettes commerciales et par l'augmentation du budget des services rendus.

b) Charges consécutives aux augmentations de salaires et de cachets :

- incidence en année pleine des augmentations de salaires intervenues en 1964 ;
- provision permettant d'augmenter les salaires de 1 % par trimestre en 1965 ;
- provision pour l'augmentation des cachets de télévision (2,5 %).

c) Charges diverses juridiquement obligatoires :

- contribution de 1 % sur les salaires, en faveur de la construction ;
- frais d'affranchissement du courrier : conséquences de l'augmentation du nombre des comptes de redevance et de la hausse des tarifs ;
- relèvement de la cotisation de l'O. R. T. F. à l'Union européenne de Radio-diffusion ;
- augmentation des loyers.

d) Charges non juridiquement obligatoires mais pouvant être considérées comme inéluctables :

- services sociaux : couverture du déficit des cantines et colonies de vacances... ;
- droits de retransmission à la télévision des manifestations sportives ;
- augmentation des primes d'assurances ;
- augmentation des abonnements aux agences de presse ;
- conséquences de la mise en service d'installations et d'équipements (notamment nouveaux émetteurs et réémetteurs) ;
- incidence en année pleine du coût du fonctionnement de la seconde chaîne de télévision, cette chaîne n'ayant atteint son rythme actuel de vingt-trois heures d'émissions par semaine (sous réserve des vacances) que le 18 avril 1964 ;
- incidence en année pleine des mesures de décentralisation intervenues au cours de l'année 1964 (notamment création de nouveaux journaux télévisés régionaux).

2° Les autres charges supplémentaires correspondent à des *mesures nouvelles* :

- charges entraînées par la modification des grilles de programmes de la télévision ;
- frais de fonctionnement de la télévision aux Antilles et à la Réunion ;
- charges liées aux mesures nouvelles de décentralisation et notamment à la création de nouveaux journaux télévisés régionaux ;
- charges entraînées par la préparation de la télévision en couleurs (études, production d'émissions expérimentales). »

b) Versement au Trésor.

Le versement au Trésor est calculé sur la base de 9,28 % du produit de la redevance.

L'augmentation du versement, prévue dans le budget de 1965, tient à deux raisons :

1° *L'application normale du mode de calcul.* — L'évaluation du produit de la redevance augmentant, en 1965, de 62 millions, le versement au Trésor subira une augmentation de 5,8 millions.

2° *Le paiement d'une annuité sur le versement au Trésor dû au titre de l'exercice 1963.* — Par suite des difficultés de trésorerie, le versement n'avait pas été effectué en 1963. Il a été convenu avec le Ministère des Finances que l'Office verserait en 1965, à ce titre, une annuité de 14 millions.

*
* *

B. — DEUXIÈME SECTION. — EQUIPEMENT

1° *Autorisations de programme.*

Les autorisations de programme d'un montant de 180 millions se répartissent de la manière suivante :

— ajustements sur opérations en cours des III ^e et IV ^e Plans dont équipement de la deuxième chaîne de télévision...	73,25
— tranches nouvelles d'opérations du IV ^e Plan et d'extension du III ^e Plan.....	76
— autres opérations hors plan.....	30,75

Les principales opérations d'équipement prévues pour 1965 sont énumérées ci-dessous :

a) *Tranches du Plan.*

Radiodiffusion sonore.

Moyens de production : maison de la radio et de la télévision de Lyon.

Moyens de diffusion : renforcement de la puissance de la station à ondes longues d'Allouis, de la station à ondes moyennes de Lyon, de la station à ondes moyennes d'Antibes (avec regroupement), achèvement des antennes ondes courtes d'Allouis, mise en service de trois émetteurs à modulation de fréquence à Strasbourg (installation définitive à grande puissance en remplacement de deux émetteurs provisoires), à Longwy, à Boulogne, etc.

Télévision.

Moyens de production : complément d'équipement à Paris et en province, notamment achèvement de deux studios aux Buttes-Chaumont.

Moyens de diffusion :

1^{re} chaîne : mise en service des émetteurs définitifs de Strasbourg et d'Ajaccio et d'une centaine de réémetteurs.

2^e chaîne : mise en service de 25 émetteurs (voir Annexe n° 4).

Opérations communes ou annexes.

Equipement de laboratoire pour la télévision en couleurs.

Achèvement des locaux industriels d'Issy-les-Moulineaux.

Achèvement du Centre national de la redevance de Rennes (première tranche).

b) *Tranches hors plan.*

Télévision. — Mise en service des centres de production d'actualités télévisées de Besançon, Bourges, Dijon, Limoges, Montpellier, Niort (Poitiers), Reims.

Moyens de transmission : complément d'équipement, notamment raccordements divers et voie supplémentaire Lille—Paris—Mont Agel pour les échanges internationaux.

2° *Crédits de paiement.*

Les crédits de paiement affectés aux dépenses d'équipement qui s'élevaient l'année dernière à 210 millions, subissent une diminution de 20,7 millions (environ 10 %).

	En millions de francs.
Le tableau ci-dessous en donne la répartition :	
— Opérations en cours fin 1961.....	45
— Renouvellement	15
— Deuxième chaîne de télévision.....	70
— Autres opérations du Plan.....	45
— Opérations hors plan.....	15
Total	190

Cette réduction représente l'incidence sur le calendrier des paiements de 1964 de l'application du plan de régularisation des dépenses publiques d'équipement qui a abouti à freiner les dépenses dans les deux principaux secteurs d'équipement de l'Office : électronique et bâtiment. Il en résulte que les crédits de paiement ouverts en 1964 ne seront pas entièrement consommés ; par la procédure des reports, les crédits non consommés seront réouverts l'an prochain et s'ajouteront ainsi aux crédits ouverts dans le budget pour 1965.

TROISIEME PARTIE

LE PROBLEME DE LA PUBLICITE

A diverses reprises, dans ses précédents rapports, votre Rapporteur a eu l'occasion d'évoquer le problème de la télévision publicitaire et de ses incidences financières et économiques. Les déclarations faites par le Gouvernement le 8 novembre 1964 devant l'Assemblée Nationale l'ont conduit à tenter de résumer brièvement les données du problème.

Sans prétendre faire un historique complet de la question, votre Rapporteur a tenu à en rappeler les principales étapes avant d'examiner les positions pour et contre et de formuler quelques observations.

I. — Historique.

Le 24 mai 1950, la « Commission de la Presse, de la Radio et du Cinéma » entendait M. Pierre-Henri Teitgen, alors Ministre d'Etat chargé de la Radiodiffusion française. A la suite de cette audition, un communiqué était transmis à la presse précisant la position du Ministre. Celui-ci constatait que les recettes de la radiodiffusion (redevances et remboursements des services rendus à divers départements ministériels) étaient insuffisantes pour l'équipement et l'exploitation de la radio et de la télévision (1). Il envisageait de demander au Parlement l'introduction de la publicité sur la chaîne parisienne sous forme de patronage d'émissions et à concurrence d'un maximum de recettes de 400 millions de francs.

Cette mesure présentait selon lui l'avantage, outre la réalisation du programme d'équipement, de détourner la publicité française des postes étrangers dans lesquels elle se déversait. Il préconisait la création d'une société d'économie mixte (cinéma, théâtre, presse filmée, organismes sportifs, télévision) entièrement distincte de la télévision, mais chargée de lui présenter ses programmes. Il se refusait à envisager le statut futur de la télévision, estimant une telle initiative prématurée. A la suite de cette déclaration, des contacts furent pris en vue de la création de la société mixte de programmation de la télévision, mais ce fut sans succès.

(1) Voir : François Pigé : « La Télévision dans le monde », Paris 1962.

L'année suivante, en 1951, on créa cependant des émissions de publicité radiophonique dites « émissions compensées » réservées à la publicité collective d'intérêt national et spécialement aux produits agricoles ou résultant de la transformation de produits agricoles. Ces émissions ont rapidement dépassé le cadre qui leur avait été fixé et se sont étendues à l'ensemble des activités nationales.

Alors que la loi de 1951 ne visait qu'une publicité radiophonique, les émissions compensées ont, à partir de 1959, envahi les écrans de télévision sans qu'intervienne — à notre connaissance — une décision législative ou réglementaire.

D'autres projets virent encore le jour. A la fin de 1955, par exemple, M. Louis Merlin, estimant une alliance possible entre la presse et la télévision, présenta une étude sur la création d'une seconde chaîne de télévision. Celle-ci grouperait une douzaine de stations reliées dans les deux sens. Cela permettrait d'obtenir des reportages venant à tout moment de l'une ou l'autre de ces villes. Le coût de lancement d'une telle chaîne serait de l'ordre de 15 milliards. La presse, grâce aux quotidiens régionaux et aux réseaux de correspondants qu'ils entretiennent, serait le fournisseur d'informations idéal, par l'intermédiaire d'un organisme dit « Presse Video ». L'organisme dit « Presse Video » pourrait prendre la forme coopérative, tous les organes de presse en faisant partie proportionnellement soit à leurs recettes (vente et publicité), soit au tonnage de papier qu'ils consomment. Le projet de M. Louis Merlin, assorti de conditions de financement très originales, resta à l'état théorique.

Dans l'esprit des propositions de M. Teitgen, M. André Berthet, Président du Syndicat national de la presse périodique de province et de l'Union française et Président de la Fédération nationale des auditeurs et téléspectateurs, envisagea la création d'un Office public de la R. T. F. qui devait être partiellement financé par la publicité, étant entendu que les ressources publicitaires seraient utilisées par moitié à l'amélioration des programmes et par moitié à l'effort de propagande par voie de presse sous forme des insertions publicitaires. Cette répartition publicitaire serait effectuée non par le Ministère des Finances, mais par l'Office public de la R. T. F. lui-même. M. Berthet s'affirmait partisan d'une introduction simultanée de la publicité sur toutes les chaînes existantes de la radiodiffusion et de la télévision.

L'année 1959 vit naître un autre projet de télévision publicitaire dont les images seraient véhiculées par câbles souterrains. L'objectif recherché était de permettre à diverses entreprises publicitaires de réaliser dans des studios privés des émissions de télévision qui seraient distribuées à domicile et à la demande des « clients » moyennant rétributions. Mais la formule, malgré son originalité, allait à l'encontre du monopole concédé à la R. T. F.

*
* *

L'ordonnance du 4 février 1959 transforma la R. T. F. en établissement public à caractère industriel et commercial. L'article 9 de cette ordonnance fixe la liste des ressources mises à la disposition de l'établissement en les faisant précéder de l'adverbe « notamment ». Si la publicité commerciale ne figure pas dans cette énumération, il est cependant prévu au troisième paragraphe : « La rémunération des services rendus sous quelque forme que ce soit ».

L'imprécision de ce texte ranima les polémiques. Tandis que les groupements professionnels de la publicité se prononçaient à nouveau pour l'acceptation de la publicité sur les ondes de la R. T. F., de nombreuses organisations, et notamment les syndicats et organismes professionnels de la R. T. F. et la Confédération des Associations générales d'auditeurs et téléspectateurs, s'élevaient à plusieurs reprises contre cette éventualité.

Au mois de septembre de la même année le Ministre de l'Information affirmait « qu'il n'y aurait jamais de publicité à la télévision française » (1). Craignant cependant que, par une interprétation de l'article 9 de l'ordonnance du 5 février, la publicité commerciale ne fut introduite par une simple décision réglementaire, le législateur a adopté une disposition particulière (art. 52 de la loi de finances 1961) connue sous le nom d'amendement Diligent.

Il n'a pas préjugé du fonds du problème, ne s'est pas prononcé définitivement contre la commercialisation d'une chaîne de la R. T. F. mais il a voulu prendre une mesure conservatoire afin que le Parlement puisse en son temps se prononcer en toute connaissance de cause sur une réforme qui bouleverserait les mœurs, les missions essentielles de la R. T. F. telles qu'elles sont fixées par la loi et qui modifierait radicalement les conditions d'existence des autres moyens d'expression.

Le Gouvernement a, ultérieurement et à plusieurs reprises, contesté que cette disposition fût du domaine législatif.

(1) « La Télévision dans le monde ». — *Op. cit.*

Toutefois, le Ministère de l'Information répondant le 4 juin 1964 aux questions de votre Commission des finances, a précisé que le Gouvernement n'avait pas l'intention d'introduire la publicité sur les antennes de la R. T. F. ; il ne voulait pas cependant se lier par avance à ce sujet. Il pensait que cette question était du domaine réglementaire. Toutefois, il confirmait que l'article 52 restait en vigueur et que si le Gouvernement désirait introduire la publicité à la R. T. F. il saisirait le Conseil constitutionnel de la question, et, en tout état de cause, donnerait au Parlement l'occasion d'en débattre. D'autre part, M. Peyrefitte indiquait que le Conseil d'administration ne disposait pas du pouvoir d'introduire la publicité dans les émissions de la R. T. F., le Gouvernement entendant garder la tutelle sur l'établissement et vérifier que les limites fixées à l'exercice du monopole ne soient pas transgressées.

Depuis la promulgation du nouveau statut et l'entrée en fonction du Conseil d'administration, on assiste au développement d'une campagne en faveur de la publicité. Les responsables de la profession ont multiplié les déclarations, les articles, les brochures, exposant leurs arguments (1). Le Président du Conseil d'administration de l'O. R. T. F. a lui-même affirmé que la publicité « n'était plus inconcevable ».

A l'Assemblée Nationale, le Rapporteur général M. Louis Valion et les deux Rapporteurs spéciaux MM. Nungesser et Boinvilliers ont soutenu des points de vue assez favorables à la télévision publicitaire.

Finalement, et pour la première fois le 8 novembre dernier, le Ministre de l'Information a annoncé à l'Assemblée Nationale que le Gouvernement allait mettre à l'étude le problème de la télévision publicitaire. Il a fait cette déclaration après avoir repoussé comme insuffisants tous les autres modes de financement, y compris l'emprunt.

Afin d'apprécier les raisons qui ont pu inciter le Gouvernement à modifier sa position sur ce problème, on peut tenter de résumer l'argumentation des partisans et des adversaires de la télévision publicitaire.

*
* *

(1) Voir en particulier : numéro spécial de *Actualités commerciales* (juillet 1964), « La télévision et la publicité » ; Marcel Bleustein-Blanchet : « Il est temps de défendre la publicité française » (*le Monde* 14 octobre 1964) ; « La télévision publicitaire dans le monde » (édité par Havas Conseil).

II. — Les thèses en présence.

1° Il semble que certains dirigeants de l'Office soient acquis au principe même de l'introduction de la publicité. Interrogé par votre Commission, le Directeur général de l'Office a estimé que les dépenses d'investissements (154 milliards d'anciens francs pour les dix prochaines années) ne pourraient être couvertes que par des recettes commerciales nouvelles.

Au cours du débat budgétaire à l'Assemblée Nationale, divers députés appartenant à la majorité ont avancé des arguments allant dans le même sens.

M. Roland Nungesser a déclaré :

« Il n'y a plus que deux solutions : l'une que nous condamnons, l'augmentation du taux de la redevance ; l'autre qui ne nous satisfait guère, mais que vous ne pouvez pas ne pas avoir à l'esprit (...), la publicité ».

M. Mainguy, parlant au nom de *M. Boinvilliers*, rapporteur pour avis :

« Nous ne pouvons nous empêcher de penser, que nous le voulions ou non, que la publicité finira par apparaître sur notre écran ».

M. Louis Vallon, rapporteur général, a été plus catégorique encore :

« La loi, qui fait obligation à l'O. R. T. F. d'assurer son équilibre financier, ne pourra être respectée que lorsque celui-ci disposera d'un moyen d'accroître ses ressources, sans pour autant augmenter le taux de la redevance.

« Il n'y en a pas d'autre que la publicité. (...) »

« Il s'agit donc d'en sortir et il n'y a qu'une solution : ajouter à la liste indicative des ressources de l'O. R. T. F., telles qu'elles sont prévues à l'article 9 de l'ordonnance du 4 février 1959, un paragraphe supplémentaire mentionnant les recettes des émissions de publicité commerciale. »

Pour le Gouvernement, comme pour les représentants de la majorité, la publicité est donc la seule solution au problème du financement de l'O. R. T. F. ;

2° *Les représentants des agences de publicité* sont eux aussi, dans l'ensemble, favorables à cette solution. Leur préoccupation essentielle n'est-elle pas, en effet, de chercher à élargir au maximum leur champ d'action en trouvant une clientèle plus vaste ?

Ils font valoir que « les investissements publicitaires en France, évalués par habitant ou en pourcentage du revenu national, sont les plus faibles de tous les grands pays industrialisés — 50 F

par habitant et à peine 0,80 % du revenu national — contre 156 F et 2,35 % en Allemagne fédérale, 132 F et 2,13 % en Grande-Bretagne ».

Les dix-neuf millions de téléspectateurs (dont treize millions regardent effectivement leur écran chaque semaine) représentent un marché important, composé d'un public à fort pouvoir d'achat :

45 % des ménages appartenant aux professions libérales et aux cadres supérieurs ;

40 % des ménages de cadres moyens ;

40 % des patrons industriels et commerçants,

ont un récepteur de télévision.

On affirme que 45 % des ménages qui regardent chaque soir la télévision ont un revenu mensuel de plus de 1.400 F.

S'appuyant sur les résultats commerciaux déjà obtenus par la publicité « compensée », les agences affirment que les annonceurs éventuels de la télévision commerciale obtiendraient les excellents rendements constatés aux États-Unis.

Toutefois, certains publicitaires font observer que la profession risquerait de subir, dans ses structures, de sérieuses modifications. Les grandes agences, mieux placées (Havas fait actuellement 60 % des émissions compensées de l'O. R. T. F.) et possédant de très gros budgets, seuls capables de supporter les tarifs de la télévision, verraient leurs profits monter en flèche. Au contraire, les agences moins importantes et travaillant essentiellement avec les supports traditionnels (affichage, presse, cinéma, etc.) souffriraient des transferts possibles vers la télévision.

3° *Les annonceurs* prennent en considération les arguments précédents. En France comme dans tous les pays où le problème s'est posé, leurs représentants se sont souvent déclarés favorables, en principe, à la télévision publicitaire.

Dans une note d'information qui date de décembre 1962, *L'Union des Annonceurs* exprimait déjà l'avis que la télévision commerciale apporte une force nouvelle qui donne une impulsion puissante au marché au bénéfice de tous.

Elle donnait cet autre argument, maintes fois répété depuis : « Dans un marché qui s'unifie rapidement comme le Marché européen, l'absence de télévision commerciale chez l'un des partenaires représenterait un grave handicap pour celui qui n'aurait pas à sa disposition cette nouvelle arme (véritable force de frappe économique). N'oublions pas que, dès maintenant, nous sommes

menacés d'une propagande commerciale télévisée à sens unique provenant de nos partenaires. Ce phénomène a déjà commencé dans nos provinces de l'Est ».

Mais certains annonceurs ne manquent pas d'élever des objections. La première est que la publicité télévisée coûte cher. Le prix de revient moyen d'un film est de l'ordre de 6 à 8.000 F (non compris l'achat du temps). Même dans l'hypothèse où les crédits actuellement affectés à d'autres « média » (presse, cinéma, radio) seraient reversés au profit de la télévision, chaque annonceur serait contraint, à terme, de prévoir une augmentation sensible de l'ensemble de son budget publicité.

*
* *

Pour les fabricants de produits de grandes marques l'existence d'une télévision publicitaire se traduirait par l'obligation d'être présents. Les conditions du marché et la concurrence sont telles, pour les produits de grande consommation, qu'il serait impossible à un fabricant important d'ignorer la télévision sous peine d'être rapidement écrasé par ses concurrents. (Il existe, en Angleterre, aux Etats-Unis, des grandes sociétés qui pratiquement ne font de la publicité qu'à la télévision ; il n'en existe pas qui, systématiquement, aient décidé de ne pas l'utiliser.) Les annonceurs estiment que la publicité télévisée à l'échelon national pourrait être d'un bon rendement pour ce qui touche le lancement d'un produit nouveau exigeant la conquête d'un marché. Ils sont en revanche beaucoup plus réservés en ce qui concerne les produits déjà très connus du public et qui sont vendus sur des marchés saturés. Dans de nombreux cas la production de ces grandes marques est actuellement à la limite de la rentabilité (le profit des entreprises étant cependant assuré par l'importance de leur production et de leurs ventes). L'obligation de faire de la publicité télévisée et d'incorporer cette dépense supplémentaire à leurs prix de revient et à leurs prix de vente pourrait modifier sensiblement les conditions de leur exploitation. Il apparaît, d'autre part, difficile de concilier cette hausse des coûts et la politique de blocage des prix à la production décidée par le plan de stabilisation.

L'obligation d'être présent sur les écrans de télévision entraîne le développement et l'adaptation de la production et de la commercialisation. Cette évolution a besoin d'être préparée. Elle requiert des investissements qui doivent être prévus à l'avance et qui ne

manqueront pas de créer des difficultés nouvelles aux entreprises qui se heurtent déjà à des problèmes de financement.

D'autres annonceurs, qui ont une production plus limitée et un budget publicitaire plus restreint, font observer qu'en raison même de son coût élevé, la publicité télévisée ne sera accessible qu'aux grandes affaires ou aux filiales françaises des grosses sociétés internationales. Ils craignent que les entreprises françaises et de taille plus modeste ne se trouvent écrasées par les effets d'une publicité de masse à la télévision.

La brochure de l'Agence Havas fait remarquer qu'à l'étranger seuls les très grands annonceurs sont les clients de la télévision. Aux Etats-Unis, en 1961, les recettes de l'espace vendu par les chaînes de télévisions fédérales provenaient pour 83,3 % des cent premiers annonceurs nationaux. « En Grande-Bretagne, les grands annonceurs ont pratiquement le monopole de l'espace publicitaire sur le petit écran et en Allemagne les petites affaires se plaignent de n'avoir pas suffisamment accès aux meilleures tranches horaires accordées à la publicité. »

Dans une récente lettre ouverte au Ministre de l'Information, M. Léon Gingembre, délégué général des Petites et Moyennes Entreprises, exprime les appréhensions de sa confédération :

« L'importance des budgets publicitaires qui devront être engagés pour pouvoir prendre rang parmi les bénéficiaires de la publicité de l'O. R. T. F. risque d'éliminer les petites et moyennes entreprises au profit des grandes marques ou des grandes concentrations industrielles ou commerciales pouvant bénéficier des éléments financiers suffisants. On peut aussi se demander si les grandes entreprises françaises ne devront pas elles-mêmes s'effacer devant les puissances dominantes. »

Il est donc permis de redouter que la création d'une télévision publicitaire ne provoque un durcissement de la concurrence et une accélération dangereuse des phénomènes de concentration et d'adaptation des entreprises, déjà amorcés par l'ouverture du Marché Commun.

Ces diverses craintes paraissent légitimes et ne peuvent pas ne pas être prises en considération par le Ministre des Finances et des Affaires économiques, à l'heure où le Gouvernement s'efforce précisément de freiner les dépenses publiques et privées.

4° *La Presse écrite*. — Editeurs et journalistes ont, depuis longtemps, étudié les conséquences que l'introduction de la publicité pourrait avoir sur l'exploitation des entreprises de presse.

Votre Rapporteur a lui-même analysé cette éventualité dans son rapport sur le budget pour 1964 du Ministère de l'Information. Il rappelait comment, dès l'origine, l'Etat voulant assurer par le moyen de la presse une large diffusion des nouvelles auprès des citoyens a estimé qu'il lui fallait conserver la maîtrise des prix de vente des journaux et périodiques, moyen efficace pour permettre, par une politique de prix très bas, que les informations sur la vie des Nations et du Monde soient accessibles au plus grand nombre de lecteurs.

*
* *

L'Etat s'est donc ainsi trouvé conduit à organiser, pour maintenir une saine gestion des entreprises de presse dans un climat de liberté, un secteur économique protégé par l'instauration d'une série de mesures privilégiées aussi bien pour ce qui regarde les conditions de fabrication des journaux qu'en ce qui concerne leur système de distribution et de vente.

La presse remplit les fonctions d'un service public ; elle a une mission politique et sociale qui est d'informer.

Tous les Etats du monde, d'ailleurs, reconnaissent le caractère spécial de cette industrie et prévoient en sa faveur une législation particulière. A notre époque, le droit à l'information est inséparable de la démocratie. Ce droit, l'opinion ne peut l'exercer effectivement que si, face à l'information d'Etat, subsiste une presse autonome et indépendante.

Les entreprises de presse font valoir que la publicité représente environ 50 % des ressources d'un quotidien et 70 % des ressources d'un magazine. L'apparition d'émissions publicitaires à la télévision aura-t-elle pour corollaire une diminution des recettes des journaux ? Le fait ne paraît guère douteux. Les diverses statistiques publiées l'année dernière par votre Rapporteur dans le rapport précédemment cité montrent qu'un transfert au profit de la publicité télévisée et aux dépens de la presse se réalise dans les pays ayant une publicité commerciale.

La diminution du volume de la publicité-presse est très importante durant les deux ou trois premières années qui suivent l'apparition de la publicité commerciale. Par la suite, la publicité-presse remonte progressivement, sans atteindre, toutefois, un niveau correspondant à la situation antérieure.

Cette reprise elle-même ne doit pas faire illusion. Du fait de l'aggravation régulière de leurs charges de l'impossibilité d'augmenter leur prix de vente à cause de la concurrence de la radio et de la télévision, la grande majorité des entreprises de presse se trouvent dans une situation critique. La plupart des éditeurs estiment qu'une diminution des ressources de l'ordre de 5 à 10 % suffirait à mettre tout journal devant des difficultés insurmontables. Une revue professionnelle affirme que la marge bénéficiaire de la plupart des grandes entreprises de presse ne dépasse pas 3 %.

Même si la période très défavorable ne dure pas très longtemps, la situation actuelle de la presse est si critique qu'une diminution, même temporaire, de ses recettes publicitaires aurait des conséquences redoutables.

La télévision commerciale (1), dans tous les pays où elle existe, crée des difficultés financières aux supports trop faibles ou trop chers. On peut citer, en exemple, la disparition de nombreux journaux et magazines en Grande-Bretagne, une baisse de 5 % des quotidiens du soir et une accélération de la concentration des groupes d'éditeurs dans le Royaume-Uni, ainsi qu'aux Etats-Unis : « Seuls les plus grands journaux ont pu subsister. »

Il ne fait pas de doute que les conditions générales d'exploitation des entreprises de presse en France, rendraient l'ensemble du secteur particulièrement vulnérable. D'autant plus qu'en période d'inflation, de hausse des prix et de revendications sociales, les producteurs peuvent hésiter à augmenter sensiblement le montant total de leurs dépenses publicitaires. Ils préféreront effectuer des transferts de la publicité-presse vers la publicité-télévision.

La position de la presse sur le problème vient d'être définie dans un communiqué commun signé par la Fédération nationale de la Presse française, la Confédération de la Presse française et l'Union syndicale de la Presse périodique.

Malgré les divergences de vues qui peuvent les séparer sur des questions d'ordre professionnel, ces trois organismes, qui représentent la presse française dans son ensemble, ont tenu à s'associer pour alerter les pouvoirs publics et l'opinion sur les graves conséquences du projet à l'étude :

« La Fédération, la Confédération et l'Union de la Presse périodique rappellent enfin que, face au monopole de la radio-télévision, la presse écrite est en fait garante de la multiplicité des expressions, donc de la liberté de l'information.

(1) Cf. l'étude publiée par l'Agence Havas, *op. cit.*

Le tarissement d'une partie des ressources de la presse mènerait fatalement à la mort progressive de cette liberté d'information, fondement même de tout régime républicain. Pour résoudre les problèmes de l'O. R. T. F. la publicité à la radio-télévision nationale n'est qu'une solution de facilité contredisant le principe du monopole, altérant l'esprit de sa mission, accélérant dangereusement les phénomènes de concentration, mettant enfin en péril la presse écrite dans ce qu'elle représente d'essentiel pour l'opinion publique. »

*
* *

III. — La publicité télévisée dans quelques pays européens.

Allemagne fédérale.

La publicité est admise sur les deux chaînes (une régionale et une fédérale).

Le temps maximum de publicité proprement dite imparti aux deux chaînes est de 20 minutes par jour.

Cette publicité est faite sous la forme de films de 15 secondes et 60 secondes fournis par l'annonceur et groupés sur la première chaîne en quatre « écrans » de 3 à 5 minutes diffusés entre 18 h 45 et 19 h 45, et sur la seconde en trois écrans de 4 minutes diffusés entre 19 h et 19 h 45.

Autriche.

La publicité passe sur les deux chaînes entre 19 h 30 et 20 h avant la diffusion du programme régulier ou avant 21 h pendant des intervalles entre les émissions. Elle est admise sous forme de messages de 15 secondes et de programmes patronnés.

Espagne.

La télévision espagnole vend aux agences de publicité soit des emplacements de messages, soit des émissions entières. Dans ce dernier cas, les agences fournissent elles-mêmes les programmes et vendent les emplacements à leurs clients. Limitée à six minutes par heure d'émission, la publicité est diffusée sous forme de messages et de programmes patronnés.

Grande-Bretagne.

Il existe trois chaînes : deux contrôlées par la B. B. C. et une appartenant à l'I. T. A. qui opère sous licence du Ministre des Télécommunications qui en règle ses statuts, ses méthodes de travail, les conditions d'admission de la publicité et peut les reviser.

La B. B. C. n'accepte pas la publicité.

Seule la chaîne I. T. A. est publicitaire. La publicité est étroitement réglementée. Elle accompagne tel ou tel programme visé ou réalisé par l'I. T. A., mais ne peut contenir des éléments fournis ou suggérés directement par le client. La durée maximum de la publicité par « spot » est de 7 minutes par heure. Sur l'ensemble de l'année, la durée de la publicité par « spot » est évaluée à 4' 9" par heure, soit 8 % du temps d'émission. La publicité doit paraître au début ou à la fin des programmes.

Chacune des stations diffuse environ 60 heures de programmes par semaine. La moyenne totale hebdomadaire de programmes pour l'ensemble du réseau est de 177 heures.

Italie.

Deux chaînes admettent la publicité.

La R. A. I. a confié l'exclusivité de sa publicité à une société anonyme, la S. I. P. R.

La publicité ne doit pas occuper plus de 5 % du temps réservé pour l'exécution des programmes. Le Ministre des Postes et Télécommunications peut donner son autorisation pour que ce pourcentage soit porté à 8 %.

Sur le premier programme, la publicité est faite sous forme « d'écrans » de messages de 30, 35 ou 40 secondes diffusés entre 18 h 45 et 20 h 50, et de quatre sketches de 2' 15" chacun (dont 35 secondes de publicité) entre 20 h 55 et 21 h 05.

Sur la seconde chaîne, quatre messages publicitaires sont diffusés vers 21 h 50.

Suisse.

Une chaîne d'Etat va s'ouvrir à la publicité commerciale à partir du 1^{er} janvier 1965. Les émissions publicitaires, nettement différenciées des autres programmes et limitées à 12 minutes par jour passeront le soir entre 19 h et 20 h 30, tous les jours sauf le dimanche et les jours fériés.

La publicité télévisée demeure, pour le moment, interdite en Belgique, aux Pays-Bas et dans les Etats scandinaves.

*
* *

IV. — Observations.

1) Lors de la discussion du projet de loi portant statut de l'O. R. T. F., votre Commission a eu l'occasion de formuler un avis sur l'incompatibilité du monopole d'émission et la création de ressources publicitaires commerciales.

Votre Rapporteur faisait observer que :

a) La redevance pour droit d'usage sur les installations réceptrices de radio et télévision est une conséquence de l'exercice du monopole concédé par l'Etat à l'O. R. T. F. Il n'apparaît donc pas possible de concilier l'existence du monopole, d'une taxe parafiscale avec la création de ressources publicitaires commerciales ;

b) L'existence d'une télévision publicitaire impliquerait qu'il soit mis fin au régime de monopole (par la création d'une chaîne de publicité privée, par exemple) ou que la nature du monopole fut radicalement transformée. Dans les deux hypothèses il est permis de penser que seul le Parlement aurait qualité pour en décider (cf. la décision du Conseil constitutionnel du 19 mars 1964).

2) En toute hypothèse, l'introduction de la publicité à la Télévision n'apparaît pas comme une « solution miracle ». Il serait intéressant de déterminer l'importance des ressources nouvelles à attendre d'une telle mesure. Questionné sur ce sujet par votre Commission, le Directeur Général de l'O. R. T. F. n'a pu fournir de réponse. Votre Commission émet le vœu que sur ce point précis une étude soit rapidement entreprise et que les résultats lui en soit communiqués.

Votre Rapporteur a tenté d'établir un calcul approximatif pour la première et la deuxième chaînes en s'appuyant sur les hypothèses suivantes :

Première chaîne. — a) 60.000 F le « spot » de « 45'' » diffusé trois fois (tarif actuel) ; b) 18 minutes d'émissions publicitaires par jour ; c) recette nette pour l'Office : 50 % des recettes brutes (chiffre fourni par l'Office à votre Rapporteur).

Deuxième chaîne. — a) 27.500 F le « spot » de « 45'' » diffusé deux fois (tarif actuel) ; b) dix minutes d'émissions publicitaires par jour ; c) recette nette pour l'Office : 50 % des recettes brutes.

Le calcul a été établi sur des bases volontairement optimistes en ce qui concerne les tarifs (toutes les émissions étant tarifées aux prix les plus forts alors qu'il existe de nombreux couplages 1^{re}-2^e chaînes ou des possibilités de diffusion supplémentaires d'un même spot à des tarifs dégressifs).

Pour l'ensemble des deux chaînes, l'Office pourrait recevoir ainsi chaque année des recettes nettes qui seraient de l'ordre de 95 millions alors que son déficit annuel reste actuellement de 145 millions. Il n'a pas été tenu compte, dans ce calcul, des émissions radiophoniques, car il est permis de considérer que l'extension de la publicité télévisée entraînerait la suppression de la publicité compensée sur les antennes nationales de radiodiffusion.

Il n'a pas été non plus tenu compte des projets éventuels d'émissions dites « patronnées » (l'annonceur ayant dans ce cas la liberté de choisir, préparer et inspirer le programme non publicitaire) car ce type d'émission est vigoureusement critiqué dans tous les pays (y compris aux Etats-Unis) et tend à disparaître.

L'augmentation progressive du temps réservé à la publicité au détriment des programmes reste certes possible. Mais le Ministre de l'Information a justement condamné cet excès de publicité « à l'américaine ».

Il paraît donc évident que même si l'on admettait une télévision publicitaire, l'O. R. T. F. continuerait de connaître des problèmes de financement et sera tôt ou tard obligé de recourir à l'emprunt. En revanche, d'autres secteurs de l'activité nationale subiraient de dramatiques bouleversements : en tout premier lieu la presse écrite mais aussi, quoique à moindre degré, la profession publicitaire et l'ensemble de l'industrie et du commerce.

3) La publicité télévisée, dit-on, jouerait le rôle de stimulant pour l'économie nationale en favorisant l'augmentation de la consommation. Cet objectif paraît incompatible avec la politique du plan de stabilisation et même avec celle du V^e Plan. Comme l'écrivait un commentateur :

« Il serait pour le moins paradoxal d'ériger ainsi en pratique d'Etat, la religion de la consommation individuelle au moment même où le projet du V^e Plan expose que le problème majeur de notre expansion économique consiste à freiner la consommation privée pour développer les investissements industriels et les équipements collectifs qui font gravement défaut à la France » (1).

De plus, s'il faut s'en tenir à la valeur économique de la publicité, il resterait à prouver que la publicité commerciale *pour des marques*, telle qu'on la souhaite, a une valeur supérieure à la publicité « compensée », *pour des produits*, telle que l'O. R. T. F. la diffuse déjà.

Actuellement, les entreprises privées exploitent commercialement par des annonces dans la presse, des affiches, etc., les grands thèmes des émissions compensées de l'O. R. T. F. Les grandes marques comme les petites peuvent tirer profit de ces campagnes communes, chacune à proportion de ses moyens, chacune dans le cadre de sa campagne particulière. Une publicité télévisée réservée à quelques grands annonceurs ou grandes marques aurait certainement, du point de vue de l'économie nationale, des effets moins larges et moins profonds.

4) En toute hypothèse, et qu'il s'agisse de publicité collective ou de publicité de marques, l'introduction de la publicité à la Télévision aurait pour les annonceurs et pour la presse les effets que nous avons précédemment décrits.

Le fait qu'un Office public détienne le monopole de la Télévision publicitaire poserait un problème politique extrêmement grave et reviendrait à lui confier un pouvoir de pression exorbitant tant sur les annonceurs que sur la presse écrite.

Sur un marché de 19 millions de consommateurs, la possibilité de réserver les meilleures tranches horaires à tel ou tel annonceur, d'inspirer ou de faire modifier le contenu des annonces, voire d'interdire l'accès des ondes à telle catégorie de produits ou à telles marques (étrangères par exemple) suffirait à fausser complètement le jeu de la concurrence et à ruiner les entreprises victimes de ces manœuvres. Sans aller jusqu'à une telle éventualité, la tentation serait forte, si la gestion de l'Office restait déficitaire, de relever

(1) Claude Fougère : l'O. R. T. F. et la publicité, *Combat* 19 novembre 1964.

périodiquement les tarifs afin de se procurer plus facilement des ressources supplémentaires. On imagine dans quel engrenage se trouverait alors placés les annonceurs.

En plus de la diminution des recettes publicitaires, et en corollaire, la presse écrite deviendrait extrêmement vulnérable aux pressions politiques. Le volume de sa publicité serait plus ou moins directement fonction du volume de publicité accepté par l'Office ; ses recettes plus ou moins fonction des tarifs imposés.

Si l'on veut conserver le droit à une information libre et démocratique dans notre pays, il ne faut pas que la presse écrite soit acculée à une vie précaire ou à un déficit permanent.

Il apparaît donc que si le problème de la publicité télévisée doit être posé un jour, il ne pourra être résolu qu'en tenant compte de tous les intérêts en présence. Il serait nécessaire, en particulier, que ces intérêts participent à la gestion de l'organisme responsable de cette publicité afin d'en contrôler le volume, la répartition, la qualité, le coût et de garantir à l'O. R. T. F. le meilleur rendement de la vente du temps publicitaire.

Dans sa note d'information précédemment citée, *l'Union des Annonceurs* a notamment posé les deux principes suivants :

1° Que les sommes encaissées du fait de la vente de temps publicitaire bénéficient entièrement à l'établissement des programmes, autrement dit qu'une partie importante des sommes encaissées ne le soit pas au profit d'intérêts intermédiaires privés, sans aucun bénéfice pour l'économie et les auditeurs ;

2° Pour cela, la vente du temps publicitaire ne doit pas être confiée à une ou des sociétés de régie qui ne manqueraient pas de prélever des marges bénéficiaires très importantes pour leur profit particulier. C'est ce qui se passe en Angleterre, par exemple (voir rapport du Comité Pilkington).

Si la surveillance des programmes publicitaires (du point de vue de la moralité, spécialement) peut être confiée à une simple Commission consultative, c'est plutôt à un organisme responsable (une société mixte, par exemple), comprenant, comme dans le système Suisse, des représentants de la télévision, de la presse et des annonceurs qu'il faudrait confier la tâche de répartir et de vendre aux agences intéressées l'espace et le temps publicitaires.

Il serait prématuré d'aller plus avant dans l'examen du problème. Avec juste raison, le Ministre de l'Information a annoncé

à votre Commission son intention de réunir une Table ronde au cours du premier trimestre 1965. Il a ajouté que le Gouvernement tiendrait compte de ses travaux.

Votre Commission et votre Rapporteur demeurent convaincus que le problème soulevé par le Gouvernement à l'Assemblée Nationale ne présente pas de caractère d'urgence. La radiodiffusion-télévision française a été dotée, au mois de juillet, d'un statut nouveau qui fixe ses missions et les conditions de sa gestion. Le Gouvernement a promis à cette occasion qu'un assainissement financier serait réalisé et des réformes intérieures promulguées. Il convient de laisser l'O. R. T. F. trouver son nouvel équilibre avant de poser le problème d'une nouvelle réforme du statut.

QUATRIEME PARTIE

L'APPLICATION DU NOUVEAU STATUT DE L'O. R. T. F.

Dans ses précédents rapports, votre rapporteur avait insisté sur la nécessité de doter la R. T. F. « *d'un statut lui donnant la plus grande autonomie en ce qui concerne sa gestion et le choix des programmes* ». Celui-ci a été voté en juin dernier après les longs débats que vous savez. Le Gouvernement a finalement rejeté certaines dispositions importantes qui avaient été retenues par la Commission mixte paritaire.

C'est ainsi que l'article 4, 3^e alinéa, de la loi, ainsi conçu :

Il (le Conseil d'administration) vérifie que les représentants des principales tendances de pensée et des grands courants d'opinion peuvent s'exprimer par l'intermédiaire de l'Office...

est amputé de cette disposition :

... et notamment, s'il y a lieu, à l'occasion des déclarations et communications du Gouvernement prévues à l'article 5.

De même, l'article 6 *bis* (nouveau) approuvé par la Commission mixte paritaire et relatif à « *l'exercice du droit de réponse au bénéfice de toute personne diffamée ou mise en cause* » n'a pas été accepté par le Gouvernement.

Enfin, en ce qui concerne le contrôle parlementaire, l'article 8 de la loi n'autorise pas la représentation du Parlement auprès du Ministre, comme cela avait été prévu dans le texte de la Commission, à provoquer des réunions « *à la demande de la majorité de ses membres* ».

Les dispositions de cet article sont d'ailleurs demeurées sans application depuis le vote de la loi puisque aucune réunion de la représentation du Parlement n'a été prévue jusqu'à présent.

Cinq décrets ont été pris le 22 juillet pour l'application de la loi n° 64-621 du 27 juin 1964 portant statut de l'O. R. T. F. :

- 1° Le décret n° 64-736 qui fixe la composition du Conseil d'administration de l'Office ;
- 2° Le décret n° 64-737 relatif au régime financier et comptable ;
- 3° Le décret n° 64-738 portant statut des personnels ;
- 4° Le décret n° 64-739 portant statut des journalistes ;
- 5° Le décret n° 64-740 portant création d'un Comité des programmes de radiodiffusion et d'un Comité des programmes de télévision.

I. — Le Conseil d'administration.

La désignation des représentants des auditeurs et téléspectateurs, d'une part, et du personnel de l'Office, d'autre part, ayant été controversée, la question a été posée au Ministre de l'Information afin de savoir dans quelles conditions ces nominations avaient été décidées.

A cette question, votre Rapporteur a reçu la réponse suivante :

L'article 3 de la loi n° 64-621 du 27 juin 1964 portant statut de l'Office de Radiodiffusion-Télévision française dispose que : « Le conseil d'administration se compose de 14 à 28 membres dont une moitié représente l'Etat et l'autre moitié est constituée par des représentants des auditeurs et téléspectateurs, de la presse écrite et du personnel de l'Office ainsi que par des personnalités hautement qualifiées.

Les membres du conseil d'administration représentant les auditeurs et téléspectateurs, la presse écrite et le personnel de l'Office sont nommés sur des listes de présentation établies par les organisations les plus représentatives lorsque celles-ci existent... ».

Le décret n° 64-736 du 22 juillet 1964 pris pour l'application de la loi du 27 juin 1964 dispose à son tour, en son article 1^{er}, que « le conseil d'administration de l'O. R. T. F. se compose de 16 membres nommés par décret en conseil des ministres dont : ... 2° un membre représentant les auditeurs et téléspectateurs désigné sur les listes de présentation établies par les associations d'auditeurs et de téléspectateurs les plus représentatives ; ... 4° Deux membres représentant le personnel de l'O. R. T. F. désignés au sein de celui-ci sur des listes de présentation établies par les organisations syndicales ou professionnelles les plus représentatives ».

Cette modalité de désignation des représentants des diverses catégories au sein du conseil d'administration des entreprises publiques ou d'autres organismes est de pratique courante. La jurisprudence du conseil d'Etat en a fixé depuis longtemps les conditions. Celles-ci sont essentiellement au nombre de deux :

— toutes les organisations qui peuvent légitimement prétendre figurer au nombre des organisations les plus représentatives de la catégorie intéressée doivent nécessairement avoir été consultées préalablement à la désignation ;

— la personne désignée doit obligatoirement avoir été proposée par l'une de ces organisations les plus représentatives.

De toute manière, en cas de contestation, le conseil d'Etat a effectivement le contrôle, s'agissant d'une désignation par le Gouvernement, de la représentativité, ou bien de l'organisation à laquelle appartient la personnalité désignée, ou bien de l'organisation qui se plaint de n'avoir pas été consultée.

En l'occurrence, le Ministre de l'Information a demandé aux organisations du personnel de l'O. R. T. F. et aux organisations d'auditeurs et de téléspectateurs qu'il a estimées les plus représentatives de lui fournir « comme il est d'usage, une liste de trois noms ».

L'ensemble de cette question avait d'ailleurs été largement débattu au Conseil d'Etat lorsque celui-ci a examiné le projet de décret que lui soumettait le Gouvernement. Le Conseil d'Etat avait explicitement précisé alors aux commissaires du Gouvernement que le texte présenté, sur ce point précis, était largement suffisant et, sur la question de savoir s'il fallait inclure dans le texte que les listes présentées devraient comprendre trois noms, avait estimé que ces détails, qui étaient laissés à la discrétion du Gouvernement, n'avaient pas à figurer dans le texte réglementaire.

En ce qui concerne les organisations d'auditeurs et de téléspectateurs, le Ministre de l'Information a consulté les onze organisations suivantes :

- Téléspectateurs et Auditeurs de France ;
- Union des Téléspectateurs ;
- Association des Auditeurs et Téléspectateurs ;
- Télé-Liberté ;
- Fédération de Défense des Auditeurs et Téléspectateurs ;
- Vox.

Ces six premières organisations ont chacune présenté les trois noms qui leur étaient demandés.

Cinq autres organisations n'ont pas répondu à la consultation qui leur était adressée. Ce sont :

- le Syndicat national des Auditeurs et Téléspectateurs ;
- la Ligue nationale de Défense des Téléspectateurs ;
- l'Association des Auditeurs de Radiodiffusion et des Spectateurs de télévision ;
- le Conseil supérieur des Auditeurs et Téléspectateurs ;
- l'Association de l'Union des Téléspectateurs.

*
* *

II. — Le régime financier et comptable.

Le décret n° 64-737 définit les pouvoirs respectifs du Directeur général et du Conseil d'administration en matière financière :

« Le Directeur général assure la gestion financière de l'Office.

« Le Conseil d'administration délibère obligatoirement sur les états de prévisions des recettes et des dépenses, les comptes financiers, l'affectation des résultats, les prises ou extensions de participations financières, les emprunts ».

En outre, l'article 4 du décret stipule :

« Le Conseil d'administration désigne dans son sein un comité financier...

« Le Comité financier suit la gestion financière de l'Office, notamment l'exécution de l'état de prévisions des recettes et des dépenses ».

Le contrôle financier. — Aux termes de l'article 7 de la loi susvisée « l'établissement est soumis au contrôle économique et financier de l'Etat prévu pour les entreprises publiques nationales », conformément au décret n° 55-733 du 26 mai 1955.

Les modalités d'exercice de ce contrôle ont été définies par un arrêté du Ministre des Finances et des Affaires économiques en date du 31 juillet 1964.

Aux termes de l'article 3 de cet arrêté :

« Le contrôleur d'Etat est obligatoirement consulté avant signature sur tout projet de contrat, mesure ou décision devant être soumis à l'approbation du Ministre des Finances.

« Le pouvoir d'approbation du Ministre des Finances est délégué au contrôleur d'Etat pour les modifications à l'état des prévisions entrant dans l'une des catégories suivantes :

« Virements de crédits de chapitre à chapitre, rattachements et reports de crédits, transferts d'autorisations de programme à l'intérieur des groupes d'opérations définis dans les états de prévisions. »

L'article 5 ci-après précise les pouvoirs du contrôleur d'Etat en matière de contrôle *a priori* :

« Art. 5. — Sont soumis au visa préalable du contrôleur d'Etat, accompagnés de toutes pièces justificatives et notes explicatives :

« a) Les décisions de répartition des crédits ;

« b) Les actes de portée générale intéressant le recrutement, la promotion, la rémunération, les indemnités et remboursements de frais et les conditions de travail des personnels permanents ou engagés pour une durée supérieure à quatre mois ;

« c) Les décisions particulières portant sur le recrutement, la promotion de niveau et la promotion en position exceptionnelle des mêmes personnels ;

« d) Les actes d'engagement afférents aux opérations en capital, y compris les ordonnances les concernant ».

Le nouveau contrôle diffère de l'ancien essentiellement par la suppression du visa préalable dans la plupart des cas où il était auparavant requis :

- actes généraux comportant une incidence financière (sauf s'ils concernent la gestion du personnel permanent) ;
- virements de crédits d'article à article dans un même chapitre budgétaire ;
- titres de recettes ;
- marchés et conventions autres que ceux intéressant l'équipement ;
- actes d'engagement et ordonnances afférents aux crédits de fonctionnement (pour la partie de ces crédits relevant antérieurement du contrôle *a priori*) y compris les dépenses à l'étranger ;

- ordres de missions, tant pour l'étranger que pour la Métropole ;
- décisions individuelles relatives au personnel portant sur la confirmation après stage, la promotion pécuniaire dans la position confirmée, l'attribution de la prime d'ancienneté, les congés sans solde, les mises à disposition, mutations, radiations des cadres, attribution du capital-décès, etc. ;
- contrats de confirmation et d'avancement de niveau ;
- remises de dettes et de pénalités ;
- création de régies d'avances.

*
* *

III. — Le statut des personnels. — Les effectifs.

Le décret n° 64-738 du 22 juillet 1964 portant statut des personnels de l'Office de radiodiffusion-télévision française a abrogé le décret n° 60-125 du 4 février 1960 portant statut des personnels de la R. T. F.

Il en a cependant repris la plus grande partie des dispositions. Les différences essentielles peuvent être groupées auprès de trois thèmes principaux : restauration de l'autorité du Directeur Général, plus grande souplesse dans la gestion du personnel, abandon du monopole des personnels de l'O. R. T. F.

1° Suppression du Comité Central des personnels qui devait être consulté sur la décision du Directeur Général fixant les critères de recrutement.

Limitation au seul domaine disciplinaire des Conseils paritaires spécialisés, suppression de leur compétence en ce qui concerne le recrutement intérieur, les licenciements individuels et les affectations entraînant un changement de résidence administrative.

2° Remplacement des positions confirmées 1, 2 et 3 par une position confirmée ayant un minimum et un maximum et par une position exceptionnelle.

— Possibilité de confirmer un agent en lui attribuant une rémunération plus élevée que le minimum de la position confirmée, alors que l'ancien statut prévoyait que cette nomination avait lieu automatiquement dans la position confirmée la moins élevée.

- Suppression de la fixation dans le statut des conditions d'accès à une fonction supérieure et des conditions des recrutements extérieurs. Ces modalités sont maintenant fixées par une décision du Directeur général.
- Suppression de l'indication du lieu de travail sur la lettre d'engagement.
- Suppression de l'obligation, par le Directeur général, de publier la liste des emplois à pourvoir avant de procéder à des recrutements extérieurs ou intérieurs.
- La possibilité de confier à un agent une autre fonction que sa fonction statutaire, mais cependant conforme à sa qualification professionnelle, qui était limitée à quatre mois dans l'ancien statut, est portée à douze mois pour les agents des catégories I et II et sans limitation de durée pour les agents de la catégorie III.
- Le nouveau statut prévoit, pour l'Office, la possibilité de confier à des agents des activités relevant de plusieurs fonctions, alors que, dans l'ancien statut, cette possibilité n'était qu'une dérogation à la règle, une seule fonction devant être confiée à chaque agent de l'établissement.
- La priorité de réembauchage pour les agents licenciés par suite de compression d'effectifs était fixée, dans l'ancien statut, à deux ans à compter de la date du licenciement, elle est ramenée à six mois dans le nouveau statut.
- Remplacement de la notion de salaire mensuel brut attaché à la fonction de base correspondant à l'indice 100 par la fixation de la rémunération mensuelle de chacune des positions, stagiaire, confirmée et exceptionnelle, dans chacun des niveaux de fonction.

3° Le nouveau statut donne à l'Office la possibilité de faire appel, désormais, pour la production et la réalisation des émissions, non seulement à son personnel, mais aussi à des concours et moyens extérieurs.

Les effectifs. — La situation des effectifs budgétaires des personnels statutaires au 31 décembre 1964 est donnée dans le tableau ci-dessous :

— statut général et fonctionnaires.....	10.102
— journalistes	491
— musiciens et choristes des orchestres de Paris.....	376

10.969

Dans le projet de budget pour 1964, ces effectifs étaient au total de 11.416 unités au 1^{er} janvier, mais 445 suppressions d'emplois devaient être réalisées avant le 1^{er} juillet 1964. Celles-ci sont acquises depuis cette date. Elles portent sur :

- 445 emplois du statut général.
- 2 emplois de journalistes.

De plus, l'Office s'efforce également de réduire le nombre d'agents non statutaires employés à des titres divers.

La répartition des emplois statutaires par niveau et par direction est la suivante :

I. — Répartition des emplois statutaires par niveau.

NIVEAU	EFFECTIF budgétaire.	NIVEAU	EFFECTIF budgétaire.
P	2	H	2.106
O	32	G	156
N	109	F	1.013
M	169	E	375
L	178	D	1.969
K	408	C	450
J	1.192	B	417
I	1.386	A	140
Total			10.102

II. — Répartition des emplois statutaires par Direction.

Direction générale.....	394
Direction de l'Administration générale.....	652
Direction de l'Equipement.....	4.254
Direction des Programmes de Radiodiffusion.....	574
Direction des Programmes de Télévision.....	636
Direction des Relations extérieures.....	122
Services extérieurs et régionaux.....	3.470
Total	10.102

La répartition des emplois de journalistes statutaires par niveau et par direction est donnée dans le tableau ci-dessous :

I. — Répartition des journalistes par niveau.

NIVEAU	EFFECTIF BUDGETAIRE	EFFECTIF REEL
8	7	7
7	31	27
6	70	71
5	117	109
4	123	123
3	85	88
2	34	35
1	24	17
Totaux	491	475

II. — Répartition des journalistes (effectif réel) par direction et service.

Direction des programmes de radiodiffusion.....	187
Direction des programmes de télévision.....	81
Direction des Relations Extérieures.....	66
Régions	79
Emissions en langues arabe et berbère.....	} 62
Emissions vers les D. O. M. et T. O. M., divers.....	
	475

Dans ce tableau, il n'est pas tenu compte des journalistes pigistes (près de 150) non dotés de contrats, mais qui sont utilisés de façon permanente ou quasi-permanente par l'Office. Soixante environ d'entre eux collaborent aux émissions de l'Actualité télévisée, une quarantaine au Journal Parlé et cinquante environ aux activités relevant des services rendus à des Administrations publiques (émissions vers l'étranger, émissions en langues arabe et berbère, etc.).

IV. — Les Comités de programmes.

Aux termes du décret qui les a institués, ils ont pour mission, dans la limite de leur compétence et à la demande du Président du Conseil d'Administration et du Directeur Général de l'O. R. T. F. :

- d'émettre des avis sur la composition et l'orientation de l'ensemble des programmes ainsi que sur l'équilibre à établir entre les différents genres et de faire toutes suggestions qu'ils jugeraient propres à favoriser le développement et la qualité des émissions ;
- d'étudier les œuvres et projets d'émissions.

Ils se substituent aux quatre Comités de programmes de la Radio et à celui de la Télévision qui existaient précédemment.

Les deux Comités de programmes se composent de vingt-quatre membres :

- huit membres représentant les services publics ;
- huit membres choisis parmi les personnalités particulièrement compétentes pour les questions familiales et sociales et les problèmes de jeunesse ;
- huit membres choisis parmi les personnalités particulièrement qualifiées dans le domaine des arts, des lettres, des sciences, de la musique, des variétés et de la télévision dont au moins un producteur et un réalisateur de Télévision de l'Office.

AUDITIONS DU MINISTRE DE L'INFORMATION ET DU DIRECTEUR GENERAL DE L'O. R. T. F.

La Commission des Finances a entendu, le 17 novembre, M. Alain Peyrefitte, Ministre de l'Information, et M. Jacques-Bernard Dupont, Directeur Général de l'O. R. T. F.

Répondant aux questions qui lui avaient été posées par un certain nombre de commissaires, M. Peyrefitte a, tout d'abord, précisé l'importance du volume des investissements que l'O. R. T. F. allait être appelée à effectuer au cours des prochaines années. En ce qui concerne la première chaîne, les régions de montagne sont encore mal couvertes. Il faudrait installer de nombreux petits réémetteurs pour que la télévision puisse pénétrer dans toutes nos vallées. Le Ministre a indiqué qu'à l'heure actuelle, l'O. R. T. F. paie les frais d'installation des réémetteurs lorsqu'il s'agit de couvrir une zone habitée par plus de 10.000 habitants et, dans le cas contraire, il laisse le soin aux collectivités locales de financer la dépense. M. Peyrefitte a toutefois reconnu qu'un tel système est peu équitable.

Pour la deuxième chaîne, celle-ci n'est reçue, pour le moment, que dans les grandes agglomérations. Il faudra encore trois ou quatre ans pour qu'elle couvre environ 95 % du territoire.

Par ailleurs, si nous ne voulons pas prendre, pour la télévision en couleurs, le même retard que nous avons pris pour le noir et blanc, il faudra que l'O. R. T. F. engage d'importantes dépenses et il y a intérêt à s'engager dans cette voie sans attendre si l'on veut faire triompher sur le marché européen le procédé français de télévision en couleurs. Le lancement de la télévision en couleurs entraînera nécessairement le passage de la première chaîne de la définition de 819 lignes en une définition de 625 lignes, pour que le même appareil récepteur puisse recevoir à la fois le noir et blanc et la couleur. Or, comme on ne peut obliger les téléspectateurs ayant à l'heure actuelle des postes en 819 lignes à les transformer du jour au lendemain, il conviendra, pendant un certain nombre d'années, de maintenir, pour la première chaîne, une double

émission sur 819 lignes et sur 625 lignes. Par ailleurs, dans le domaine de la radio, il serait nécessaire de développer la modulation de fréquence.

En conclusion, l'O.R.T.F. devra faire face, au cours des prochaines années, à de nombreuses dépenses alors que ses ressources croîtront, sans doute, mais dans une proportion néanmoins inférieure.

Par ailleurs, nous devons compter que, dans un avenir prévisible, c'est-à-dire d'ici dix ans, il y aura lieu pour l'O.R.T.F. d'effectuer de nouveaux investissements pour suivre le développement du progrès technique, par exemple en matière de satellites.

A l'heure actuelle, on peut compter sur un développement du nombre des récepteurs de télévision de l'ordre de 1 million par an, ce qui devrait procurer à l'O.R.T.F. une recette supplémentaire de 60 millions de francs.

Quoi qu'il en soit, le recours à l'emprunt — de l'avis du Ministre de l'Information — ne saurait constituer qu'un relais puisqu'il entraînerait des charges financières importantes auxquelles l'Office ne pourrait faire face dans les années à venir si des ressources supplémentaires ne lui étaient fournies.

M. Pellenc a indiqué que puisque l'on tablait sur un supplément de ressources de 60 millions chaque année, on se trouvait devant des ressources croissant en progression arithmétique, ce qui permettait de disposer de 900 millions pour une période de cinq années.

M. Dupont, Directeur général de l'O.R.T.F. a complété ces indications en fournissant un certain nombre de chiffres. Pour couvrir la totalité du territoire avec la première chaîne, une dépense de 30 millions de francs est nécessaire. Pour la deuxième chaîne, les infrastructures existantes devront être rapidement augmentées et la deuxième étape d'investissements prévue représente une charge de 500 millions de francs. Quant à la couverture totale du territoire par la deuxième chaîne, elle entraînera un complément de dépenses de 70 millions de francs. D'autre part, la transformation de la définition de 819 lignes en 625 lignes coûtera environ 440 millions de francs et 200 millions seront nécessaires pour lancer les émissions en couleurs. A ces dépenses, il convient d'ajouter les besoins locaux des territoires d'outre-mer évalués à 100 millions, ainsi que le développement de nos émetteurs outre-mer.

A l'heure actuelle, l'O.R.T.F. ne possède qu'un relais extérieur, celui de Brazzaville. De ce fait, l'écoute de la radio française est, dans bien des pays, très difficile. Un effort devra être fait pour développer les relais et la dépense correspondante peut être chiffrée à 200 millions de francs environ. Au total, les opérations nouvelles qui devront être engagées d'ici à dix ans représentent une charge de l'ordre de 1.500 à 1.600 millions de francs.

En ce qui concerne le développement futur des recettes de l'O.R.T.F., M. Dupont a indiqué que les ressources supplémentaires à attendre de l'augmentation du nombre des postes de télévision étaient moins importantes qu'une simple multiplication pourrait le laisser croire. En effet, l'augmentation du produit de la redevance entraîne en contrepartie l'augmentation de certaines charges : versements au Trésor, droits versés à la Société des auteurs, au total, 14,25 % de frais. Par ailleurs, il y a lieu de tenir compte de l'augmentation, au cours des années futures, des salaires et des charges diverses de la radio, ainsi que des dépenses de fonctionnement qu'entraînerait l'allongement de la durée des programmes sur la deuxième chaîne. Enfin, l'accroissement du nombre des postes ne sera pas constamment de 1 million chaque année, car la cadence se ralentira certainement à mesure que l'on approchera du point de saturation.

Le Ministre, après avoir constaté l'augmentation importante des dépenses de l'O. R. T. F. au cours des dix prochaines années, a indiqué que, pour y faire face, deux solutions étaient possibles, soit une augmentation de la redevance, soit le recours à la publicité. En ce qui concerne l'augmentation de la redevance, celle-ci devrait être très importante si l'on désirait pouvoir, par ce seul procédé, couvrir les charges de l'Office. Si l'on veut, au contraire, ne pas augmenter ou n'avoir recours qu'à une augmentation modérée du taux de la redevance, de nouvelles ressources devront être trouvées dans la publicité. La question n'est du reste pas encore tranchée par le Gouvernement ; elle est, à l'heure actuelle, à l'étude.

Il est possible toutefois que les conclusions de cette étude conduisent le Gouvernement à envisager l'introduction d'une publicité « modérée ». Le Gouvernement estime que dans l'hypothèse où l'O. R. T. F. aurait recours à la publicité, il conviendrait de protéger le public contre des abus possibles. Il ne saurait être question d'une publicité à l'anglo-saxonne ! La solution vers laquelle on serait susceptible de s'orienter serait celle d'émissions publicitaires

de courte durée, cantonnées dans des cases horaires bien déterminées, du genre de celles qui sont présentées dans les salles de cinéma.

Le Président Roubert fait observer que la simple annonce de l'introduction éventuelle de la publicité à la télévision a eu des incidences sur le renouvellement des contrats de publicité de la presse écrite.

De son côté, M. Edouard Bonnefous, rapporteur spécial, a posé au Ministre la question des moyens dont disposerait, le cas échéant, la presse pour pouvoir se défendre contre les pressions qui, par le canal de la publicité, pourraient être exercées sur elle. Le Ministre a répondu que l'examen du détail des problèmes posés par l'introduction de la publicité à la télévision était certainement prématuré, mais qu'il y avait lieu de noter que la publicité à la télévision peut, en définitive, favoriser le développement de la publicité dans la presse. C'est un phénomène qu'on a remarqué, notamment en Allemagne et en Italie. Quant aux conditions dans lesquelles on peut envisager une collaboration entre la presse et la télévision en matière de publicité, leur étude est certainement prématurée. En tout état de cause, il est dans les intentions du Gouvernement de ne rien faire qui puisse nuire à la presse en matière de publicité. Une « Table ronde » groupant tous les milieux intéressés examinera l'ensemble de ces problèmes.

De toute façon, cette introduction devrait en outre donner lieu à un large débat parlementaire. Le Gouvernement doit se conformer à la disposition législative de l'amendement Diligent et soumettre au Parlement tout projet d'introduction de la publicité sur les ondes.

M. Dupont, Directeur général de l'O. R. T. F., pour sa part a précisé qu'en Allemagne le régime publicitaire de la télévision était défini par la loi et que l'O. R. T. F. n'avait pas l'intention d'adopter un système de publicité qui puisse porter préjudice à la presse.

Répondant à une question de M. Coudé du Foresto qui souhaitait savoir à combien pouvait, approximativement, se chiffrer le rendement d'émissions publicitaires maintenues dans des limites raisonnables, le Directeur général de l'O. R. T. F. a indiqué qu'il ne lui était pas possible de fournir une réponse, aucune étude n'ayant été encore entreprise dans ce sens. A titre de simple comparaison, il a signalé qu'en Italie la publicité de la télévision couvrait intégralement les dépenses d'investissements et qu'en Allemagne le rendement des émissions publicitaires était de 350 millions par an.

Enfin, M. E. Bonnefous a indiqué qu'à son avis, en présence de la situation financière actuelle de l'O.R.T.F., il était préférable de ne pas précipiter les étapes. Sans doute le lancement de la télévision en couleurs est-il souhaitable. Encore faudrait-il en chiffrer exactement le coût, non seulement pour l'Etat, mais aussi pour les usagers. Dans un pareil domaine le financement par l'emprunt s'impose. M. Dupont a répondu qu'il était nécessaire que l'O.R.T.F. satisfasse au désir du public et suive avec un retard qui ne soit pas trop grand les réalisations faites à l'étranger. Or, en Angleterre, il existe trois chaînes et la couleur va bientôt entrer dans la voie de la réalisation effective. En Allemagne, la couleur est prévue pour 1966 ou 1967 ; en Russie, pour 1967. Nous ne pouvons donc nous refuser à prévoir des émissions de ce type en France. Or, au mieux, ces émissions ne pourront intervenir qu'en 1968 ; nous aurons donc déjà un certain retard par rapport à nos voisins et il convient de ne pas l'agrandir davantage.

*
* *

L'examen du budget de l'O. R. T. F. a donné lieu à un ample débat au sein de votre Commission des Finances auquel prirent part notamment MM. Armengaud, Fléchet, de Montalembert, Pellenc, Richard et Roubert.

Au cours de cette discussion furent, en particulier, soulevés les problèmes posés par le déficit de l'établissement et le financement des investissements, notamment en ce qui concerne la seconde chaîne ainsi que ceux que soulèverait l'introduction éventuelle de la publicité sur les ondes de l'O. R. T. F.

D'autre part, la Commission a constaté que, malgré les dispositions du nouveau statut voté lors de la précédente session, le Comité de contrôle parlementaire n'a pas encore été réuni par le Ministre.

ANNEXE N° 1

LA DUREE DES EMISSIONS ET LES CREDITS AFFECTES AUX PROGRAMMES

A. — Le tableau ci-dessous rassemble, par année et par chaîne, le volume des émissions de radio et de télévision depuis 1960.

	1960	1961	1962	1963
	Heures.	Heures.	Heures.	Heures.
<i>Radio.</i>				
France I, France Inter.....	8.863	8.694	8.704	8.966
France II (1).....	5.754	5.960	6.393	5.420
France III, France Culture.....	6.234	6.079	6.138	6.287
Haute Fidélité, France IV, France Musique.	3.965	5.295	5.432	6.121
Programme spécial Paris (2).....	1.212	1.131	1.317	1.259
Emissions hors programme (3).....	2.892	2.771	2.910	3.019
Emissions régionales (4).....	12.297	15.611	15.020	19.136
Ondes courtes.....	15.808	15.755	15.600	14.456
<i>Télévision.</i>				
Programme national, 1 ^{re} chaîne.....	2.671	2.782	2.767	2.910
Télévision scolaire.....	89	114	135	188
Emissions régionales.....	483	476	577	770

(1) Ce programme a été arrêté le 19 octobre 1963.

(2) Ce programme, diffusé par l'émetteur de « Paris IV » à Romainville, comprend les émissions « Culture française », « Radio-Sorbonne », « Chronique Télévision ».

(3) Ces émissions de natures diverses (en langues étrangères, destinées aux rapatriés) sont produites soit en supplément d'horaire, soit en décrochage sur un, plusieurs ou tous les émetteurs d'un réseau. En conséquence, le nombre d'heures indiqué n'est assimilable à la production que pour 10 % environ.

(4) Un même programme régional peut être diffusé par deux émetteurs régionaux. Les chiffres indiqués correspondent au total des « décrochages régionaux », les chiffres correspondant à la production régionale sont de 20 à 40 % plus faibles.

B. — Les crédits affectés respectivement à la radio et à la télévision sont ainsi répartis.

	ACTIVITE télévision.	ACTIVITE radio.
	(En milliers de francs.)	
Personnels (technique, administratif, artistique)....	117,4	93,5
Dépenses techniques de fonctionnement (production et diffusion).....	92,7	53,0
Dépenses de programme (cachets, missions, coproductions, achats de droits de diffusions de films, etc.) (1)	62,2	27,2
Dépenses liées aux activités commerciales et dépenses diverses	12,4	3,2
	284,7	176,7

(1) Le nombre d'heures d'émissions de télévision réalisées directement par l'Office pour les besoins des programmes nationaux s'élèvera, en 1964, à 1.500 heures environ pour les programmes artistiques.

Le nombre d'heures consacrées aux actualités, aux sports et aux tribunes et débats s'élèvera à 760 heures, mais il convient de remarquer que ce chiffre comprend les doubles diffusions et des séquences fournies par des agences d'actualités filmées.

Les coproductions réalisées en 1964 représentent 117 heures d'émissions.

227 heures d'émissions scolaires seront réalisées en collaboration avec l'Institut pédagogique national.

Par ailleurs, les films du commerce dont l'Office achète les droits de diffusion représenteront, en 1964, environ 800 heures d'émissions.

NOTA. — Les chiffres ci-dessus ne comprennent pas la production régionale.

ANNEXE N° 2

LES EMISSIONS VERS L'ETRANGER

a) Conception des programmes.

Les émissions sur ondes courtes à destination de l'étranger représentent 14 heures d'antenne par jour.

Elles sont diffusées en 18 langues vers les régions du globe suivantes : Amérique latine, Canada, Grèce, Sud-Est asiatique, Moyen-Orient, Europe de l'Est, Afrique du Nord, Péninsule ibérique. Les effectifs du service se répartissent ainsi : 91 journalistes, 30 pigistes et 96 agents statutaires.

Ces émissions sont constituées essentiellement de bulletins d'information et de chroniques dont l'objectif est d'assurer la diffusion de la pensée française en fonction des besoins des auditoires destinataires. Ceci nécessite la recherche d'informations originales dans les domaines les plus divers : politique, économie, technique, arts, théâtre, littérature, marchés commerciaux, bourses des valeurs, sports, etc...

b) Résultats des sondages sur écoute.

Jusqu'à présent, l'O. R. T. F. n'a fait aucun sondage systématique sur l'écoute de ses émissions vers l'étranger. Une telle opération, assure l'Office, sera effectuée dans le courant du mois de novembre.

En l'absence de renseignements officiels, votre rapporteur se fait l'interprète des réclamations des Français de l'étranger concernant les graves insuffisances de la Radio française hors de France.

Ils se plaignent que la radio ait supprimé de nombreuses émissions, réduit la durée des autres et que celles qui restent sont peu audibles.

Le dépouillement d'une enquête lancée par « la Voix de France » a abouti au tableau d'écoute suivant :

Amérique du Nord—Canada.

Côte Atlantique : R. T. F., émissions très faibles.

Côte Pacifique :

Paris-Inter, ondes courtes 31 m, 6 h G. M. T. seule reçue, en général faible.

Radio Tahiti et Nouméa, ondes courtes, meilleur.

Amérique du Sud.

Argentine : R. T. F., O. C., 0 h G. M. T., en général mauvais.

Brésil : rien.

Colombie : en général mauvais.

Afrique.

Maroc :

Marrakech-Paris-Inter, le soir.

Casablanca, rien par suite de la puissance des postes voisins.

Fès-R. T. F., rien.

Safi-R. T. F., rarement.

Côte-d'Ivoire : Paris-Inter, le matin.

z

Ethiopie : réception très médiocre.

Extrême-Orient.

Vietnam : Paris-Inter et Brazzaville, émission Extrême-Orient, 20 h 30 - 22 h 30 G. M. T., souvent mauvaises.

Malaisie : R. T. F., rarement; Brazzaville, le soir.

Indonésie : R. T. F. et Brazzaville, faibles et irrégulières.

Australie : rien.

En résumé, les émissions de la R. T. F. sont trop faibles et couvertes par des postes beaucoup plus puissants, alors que la B. B. C., Moscou, Pékin, New-York sont entendus partout. Il y a également insuffisance de fréquences et insuffisance du nombre d'heures d'émissions.

Avant les dernières réductions d'horaire, la France arrivait pour les émissions sur ondes courtes vers l'étranger, au huitième rang dans le monde derrière la Russie, les pays satellites de la Russie, la Voix de l'Amérique, la Chine, l'Angleterre, l'Allemagne Fédérale et l'Égypte. Elle arrive maintenant au onzième rang, derrière l'Espagne, l'Australie et le Japon. Voici les chiffres :

La Russie diffuse sur ondes courtes 1.179 heures par semaine; ses satellites, 1.132 heures; la Chine, 808; la B. B. C., 603; l'Égypte, 448; l'Espagne, 295; la France, 220.

Et pourtant la présence de la France sur les ondes répond à des nécessités politiques, culturelles et économiques, au rayonnement de la France.

ANNEXE N° 3

L'O. R. T. F. ET LA COOPERATION

A la demande du Secrétariat d'Etat chargé des Affaires algériennes et du Ministère des Affaires étrangères, l'O. R. T. F. apporte son concours à certains Etats d'Afrique Noire et d'Afrique du Nord.

Son aide se répartit en quatre rubriques ; les dépenses en sont remboursées par les ministères commanditaires.

1. — Installation d'équipements spécialisés.

L'O. R. T. F. achète et installe pour le compte de divers organismes de radio-diffusion et de télévision africains des équipements concourant à la mise en place de l'infrastructure indispensable à l'extension de leur potentiel radiophonique.

C'est ainsi qu'en 1964 diverses installations ont été effectuées en Algérie, au Maroc et en Tunisie.

Les dépenses exposées par l'Office en 1964 seront de l'ordre de 5.500.000 francs.

2. — Envoi de personnels qualifiés.

L'O. R. T. F. délègue localement des techniciens chargés d'assister la Radiodiffusion-Télévision algérienne et la Radiodiffusion-Télévision marocaine dans leur mission. En 1964, les dépenses correspondantes seront de l'ordre de 700.000 francs.

3. — Envoi de programmes enregistrés de radiodiffusion et de télévision.

a) L'O. R. T. F. expédie à la Radiodiffusion-Télévision algérienne et à la Radiodiffusion-Télévision marocaine un certain volume de programmes enregistrés, se répartissant, en 1964, comme suit :

DESIGNATION	ALGERIE	MAROC
Programmes de radiodiffusion	360 heures	300 heures
Programmes de télévision	300 heures	260 heures
Ressources consacrées	1.000.000	800.000

b) En ce qui concerne l'Afrique Noire, l'O. R. T. F. fournit à l'O. C. O. R. A. (Office de Coopération Radiophonique) un certain volume de programmes enregistrés. L'O. C. O. R. A. effectue ensuite la répartition de ces programmes sur les pays d'Afrique Noire.

4. — Formation de stagiaires.

L'O. R. T. F. assure dans ses services la formation ou le perfectionnement d'un certain nombre de stagiaires africains. Pour 1964, le nombre de participants est d'environ 125, originaires d'Algérie, du Maroc, de la Tunisie, du Mali, du Togo et du Congo Brazzaville.

ANNEXE N° 4

LA DEUXIEME CHAINE DE TELEVISION

Après une émission exceptionnelle le 21 décembre 1963, la deuxième chaîne a officiellement démarré le 4 janvier 1964 avec trois mois d'avance, par un programme expérimental. Ce programme comportait des émissions le samedi en soirée, le dimanche après-midi et le dimanche soir.

Pendant les quinze semaines du programme expérimental, soixante-sept heures trente minutes d'émission ont été diffusées.

A partir du 18 avril 1964, la deuxième chaîne a fonctionné sur un rythme de vingt-trois heures d'émissions par semaine, sauf pendant les vacances.

Ce rythme de fonctionnement sera maintenu en 1965. L'effort financier principal portera, l'an prochain, sur l'extension du réseau de diffusion.

Ce réseau doit avoir un maillage sensiblement plus serré que celui de la première chaîne parce que la bande de fréquence qui lui est réservée (la seule disponible) est moins favorable à la propagation tandis que les valeurs des champs à la réception doivent être très supérieures. La couverture du territoire implique donc la construction de stations intercalaires entièrement nouvelles de grande ou de moyenne puissance, outre la multiplication de réémetteurs de petite puissance pour combler les zones d'ombre très localisées dues au relief. Le nombre de ces stations intercalaires sera important et les dépenses élevées puisqu'il faudra d'abord créer une infrastructure sur des points hauts généralement très isolés (accès, bâtiment, pylône, raccordement au réseau de l'E. D. F.).

PLANNING D'ÉQUIPEMENT POUR LA COUVERTURE TOTALE DU PAYS PAR LA DEUXIÈME CHAÎNE

Première étape (IV^e Plan).

Emetteurs installés ou à installer sur l'infrastructure existante, c'est-à-dire dans les stations déjà construites pour la première chaîne de télévision :

a) *Existants à ce jour (1^{er} octobre 1964) :*

— Paris, Lille, Lyon-Fourvière, Lyon-Pilat, Marseille.

b) *Mises en service d'ici fin 1964 :*

— Saint-Etienne (novembre), Clermont-Ferrand (décembre).

c) *Prévisions de mises en service en 1965 :*

- Premier trimestre :
Caen, Saint-Raphaël, Toulon, Nice, Toulouse (pic du Midi).
- Deuxième trimestre :
— Strasbourg, Metz, Mulhouse, le Havre, Toulouse (Pechbonnieu).
- Troisième trimestre :
— Brest, Rennes, Nantes, Troyes, Limoges, Nancy, Longwy, Grenoble.
- Quatrième trimestre :
— Reims, Bordeaux, Dijon, Gex, Mézières, Chambéry, Boulogne,

d) *Prévisions de mises en service en 1966, courant du premier semestre :*

- Ajaccio, Rouen, Paris définitif.
- Aurillac, Bastia, Besançon (Lomont), Bourges, Carcassonne, Chamonix, Cherbourg, Epinal, Hyères, le Mans, Menton, Niort, Perpignan, Vannes.

Deuxième étape (V^e plan).

- Les stations intercalaires de : Amiens, Angers, Angoulême, Bayonne, Chartres, le Donon, Fourmies-Hirson, Montpellier, Orléans, Poitiers, Saint-Quentin, Sens, Tours, le Ventoux.

Le troisième centre de télévision.

L'emplacement qui avait été proposé l'année dernière par la Direction générale en accord avec l'Institut d'aménagement et d'urbanisme de la région parisienne, entre Bry-sur-Marne et Villiers-sur-Marne, avait été approuvé par le Conseil de surveillance. Les terrains sont inclus dans une Z. A. D. Les modalités de la procédure foncière sont actuellement en cours d'étude ainsi que le contenu physique du programme d'implantation et l'estimation du coût de l'opération.

ANNEXE N° 5

LA DECENTRALISATION DES PROGRAMMES

Depuis 1963, la politique régionale de l'Office connaît un essor en accord avec les objectifs généraux de l'Etat en matière de décentralisation et d'expansion régionale.

A. — Sur le plan de la radiodiffusion.

- En matière d'information : accroissement du nombre et de la durée des bulletins régionaux. Plusieurs dizaines d'émetteurs locaux fonctionnent ou sont prévus.
- En matière artistique : décrochages périodiques des stations régionales pour la diffusion de programmes autonomes ; création d'une soirée de promotion qui permet à chaque région de s'exprimer sur le plan national ; opérations exceptionnelles comme « Radio-Vacances », etc.

B. — Sur le plan de la télévision.

- En matière d'information : le programme consiste à diffuser des bulletins dans chacune des 21 régions de programmes. Ce programme est actuellement en grande partie réalisé : depuis septembre 1963, 12 journaux télévisés régionaux quotidiens ont été mis en service : Lille, Strasbourg, Marseille, Toulouse et Bordeaux, Lyon, Nice, Ile-de-France, Rennes, Nancy, Nantes et Clermont-Ferrand.

Pour la fin de 1964 et l'année 1965, il est prévu la mise en service des journaux de Rouen-Caen, le Mans-Tours, Montpellier, Limoges, Reims, Dijon, Bourges, Niort, Besançon. La possibilité d'autres journaux télévisés, en particulier à Grenoble, est actuellement à l'étude.

- En matière d'émissions artistiques : ce qui est essentiellement recherché, c'est l'association des stations régionales à la production des programmes nationaux.

Enfin, en octobre 1964 a été organisé, à Boulogne-sur-Mer, le 1^{er} festival régional de l'O. R. T. F., destiné à primer les meilleures réalisations régionales tant en matière de radio que de télévision.

Les crédits de fonctionnement supplémentaires prévus par la décentralisation des programmes s'élèvent en 1964 à 3.300.000 francs et en 1965 à 6.650.000 francs. Compte tenu de ces crédits supplémentaires, le montant total des crédits affectés à la décentralisation des programmes s'élèvera en 1965 à 24 millions de francs environ (frais de personnel permanent non compris).

ANNEXE N° 6

LA SITUATION IMMOBILIERE DE L'O. R. T. F. BILAN DE L'OCCUPATION DE LA MAISON DE LA RADIO

a) Etat des immeubles libérés par l'O. R. T. F.

EMPLACEMENT DES LOCAUX	DATE de libération.	DESTINATION des locaux.
PARIS, 103 rue de Grenelle.....	31 juillet 1963.	P. T. T.
PARIS, 107, rue de Grenelle.....	31 juillet 1963.	Education nationale.
PARIS, 5, cité Martignac (1).....	31 juillet 1963.	Education nationale.
PARIS, 12, cité Martignac.....	31 juillet 1963.	Agriculture.
PARIS, Majestic, 21, rue La Pérouse.....	1 ^{er} mars 1962 et 25 juin 1963.	Affaires étrangères.
PARIS, 34-36, avenue de Friedland.....	31 juillet 1963.	Information.
PARIS, 11, rue Christophe-Colomb.....	31 août 1963.	Secteur privé (mixte).
PARIS, 37, rue Dussoubs.....	1 ^{er} juin 1963	Secteur privé (commercial).
PARIS, 96, rue Réaumur.....	30 septembre 1963 et 15 janvier 1964.	Secteur privé (commercial).
PARIS, 37, rue de l'Université.....	31 décembre 1963.	Secteur privé (habitation).
PARIS, 118 avenue des Champs-Élysées :		
a) 5 ^e étage (sur cour).....	1 ^{er} décembre 1963.) Secteur privé (commercial).
b) 1 ^{er} , 2 ^e , 3 ^e , 4 ^e , 5 ^e (façade), 6 ^e et 7 ^e étages....	1 ^{er} juillet 1964.	
PARIS, 120, avenue des Champs-Élysées :		
a) 2 ^e et 5 ^e étages.....	1 ^{er} juin 1964.) Secteur privé (commercial).
b) 4 ^e étage.....	1 ^{er} juillet 1964.	
PARIS, 11-13, rue Paul-Lelong ; 13, rue du Mail...	1 ^{er} juin 1964.	Secteur privé (commercial).
PARIS, 18,20, rue François-I ^{er}	1 ^{er} juillet 1964.	Secteur privé (commercial).
PARIS, 12, rue Armand-Moisant.....	1 ^{er} juillet 1964.	Secteur privé (bureaux).
MONTMORENCY, rue du Général-de-Gaulle.....	10 mai 1963.	Intérieur (sous-préfecture).

(1) A l'exception du sous-sol (600 mètres carrés) qui reste à la disposition de l'Office jusqu'au 31 décembre 1964.

b) Etat des immeubles actuellement occupés par l'O. R. T. F.

EMPLACEMENT DES LOCAUX	UTILISATION
PARIS, 5, avenue du Recteur-Poincaré.....	Service de la recherche.
PARIS, 13-15, rue Cognacq-Jay.....	Premier centre de télévision.
PARIS, 156-158, rue de l'Université.....	Annexe de Cognacq-Jay.
PARIS, Buttes-Chaumont (10, rue Carducci et 42-46, rue des Alouettes).....	Deuxième centre de télévision.
PARIS, 21-23, boulevard Jules-Ferry.....	Service redevances région parisienne.
PARIS, tour Eiffel.....	Emetteur télévision. Antennes, supports d'antennes, locaux de reportage.
ROMAINVILLE, 10, rue Vassou.....	Emetteur radio (Radio-Sorbonne).
ISSY-LES-MOULINEAUX, 3-3 bis, rue Jeanne-d'Arc.....	Garage central et services annexes.
MEUDON, rue Marcel-Allégot.....	Ateliers et laboratoires d'acoustique.
PARIS, moulin de la Galette, 1, avenue Junot.....	Plateau de télévision.
PARIS, studios Francœur, 6, rue Francœur.....	Plateaux de télévision.
BOULOGNE, studios Paris-Télévision, rue du Fief....	Plateaux de télévision.
JOINVILLE-LE-PONT; 18-22, avenue Gallieni, 3-7, avenue du Président-Wilson.....	Plateaux de télévision.
LA VARENNE-SAINT-HILAIRE, 3, rue Boileau.....	Plateaux de télévision.
MONTROUGE, 31, rue de la Vanne.....	Centre de formation professionnelle.
PARIS, 11, rue François-I ^{er}	Centre de formation professionnelle.
PARIS, 4-6, rue Sainte-Anne (1).....	Emissions scolaires.
PARIS, 6, rue Froment (2).....	Entrepôts.
PARIS, 52, rue Mathurin-Régnier.....	Imprimerie.
PARIS, 2, avenue Hoche (sous-sol et rez-de-chaussée).	Laboratoires.
CHOISY-LE-ROI, boulevard de Stalingrad.....	Garage.

(1) Locaux commerciaux dont l'évacuation est prévue après cession du droit au bail.

(2) A libérer en 1965, après achèvement des travaux d'extension d'Issy-les-Moulineaux.

c) Locations ou concessions consenties dans l'enceinte de la Maison de la Radio.

- 1° Les locations ou concessions commerciales actuellement consenties dans l'enceinte de la Maison de l'O. R. T. F. sont les suivantes :
 - bureau des P. et T. : loyer annuel de 19.500 F + 10 % de charges ;
 - agence du Crédit lyonnais : loyer annuel de 12.800 F en 1963 et 1964, de 15.300 F à partir de 1965 ;
 - librairie et comptoir de vente (Hachette). Redevance proportionnelle au chiffre d'affaires avec minimum garanti de 10.000 F + 2.500 F de charges ;
 - deux bars et une cave (Compagnie internationale des wagons-lits). Loyer fixe de 24.000 F + redevance proportionnelle au chiffre d'affaires avec minimum garanti de 110.000 F.
- 2° Sont en outre prévus les contrats suivants :
 - concession à l'agence Havas de vitrines publicitaires dans la galerie des visiteurs ;
 - location de locaux à Air France pour l'installation d'une agence de voyages qui sera exploitée en liaison avec la S. N. C. F.
- 3° Outre le produit des locations ou concessions, les cocontractants versent à l'O. R. T. F. une participation aux équipements.

ANNEXE N° 7

LA REFORME DES CENTRES DE REDEVANCES

La réforme a pour objet l'amélioration de la rentabilité et de la qualité du service de la redevance.

Elle doit aboutir :

- d'une part, à la centralisation de la gestion de la totalité des comptes des auditeurs et téléspectateurs métropolitains dans un centre fonctionnant à Rennes et doté de moyens électroniques ;
- d'autre part, à la décentralisation, au niveau départemental, des opérations relatives au recouvrement contentieux de la redevance.

L'opération doit se dérouler sur plusieurs années. Elle s'accompagnera de la suppression progressive des six centres régionaux (Lille, Lyon, Paris, Rennes, Strasbourg, Toulouse) actuellement en service.

Un immeuble fonctionnel est en construction à Rennes. La première tranche sera achevée au début 1966 ; la deuxième et dernière tranche — consacrée aux installations sociales — le sera en 1968.

Le bâtiment pourra abriter un millier d'agents et permettre la gestion de 18 à 20 millions de comptes, résultat qui sera atteint lorsque la population française sera de l'ordre de 60 millions d'habitants.

En attendant l'achèvement du bâtiment définitif, le centre national s'est installé provisoirement dans les emprises de la maison de l'O. R. T. F. de Rennes.

Il dispose d'un ensemble électronique de gestion complété par un lecteur optique numérique dont l'O. R. T. F. est le premier utilisateur en Europe.

Le calendrier des opérations relatives à la centralisation des comptes est tributaire, indépendamment des questions de personnel, de deux facteurs :

- le facteur temps : la date d'échéance d'un compte étant fixée le premier jour du mois suivant l'acquisition du récepteur, il existe douze échéances mensuelles et la prise en charge de la totalité des comptes d'une circonscription déterminée ne peut être achevée qu'au terme d'une période de douze mois ;
- le facteur immobilier : jusqu'au début 1966, les locaux du centre national n'excéderont guère ceux de l'ancien centre mécanographique de Rennes, ce qui limite provisoirement la capacité d'absorption.

C'est pourquoi, bien qu'il soit entré en fonctionnement le 1^{er} octobre 1963, le centre national n'aura pris en charge — en totalité ou en partie — à la fin de 1964, que les comptes des 17 départements de la circonscription de l'ancien centre mécanographique de Rennes, plus ceux de cinq autres départements anciennement rattachés aux centres de Lyon, Paris et Toulouse.

Au 31 décembre 1965, la charge du centre national sera d'environ 3,5 millions de comptes mais, après la mise en service du nouvel immeuble, la centralisation pourrait être techniquement engagée sur un rythme rapide.

En fait, l'O. R. T. F. entend que l'opération soit réalisée en tenant le plus grand compte des incidences sociales que posera l'affectation à Rennes ou la reconversion des personnels du service de la redevance. Des dispositions dans ce sens sont actuellement à l'étude et c'est en fonction des résultats de cette étude que pourra être déterminé le calendrier définitif de la centralisation.

ANNEXE N° 8

LA TELEVISION EN COULEURS

Elle n'existe actuellement qu'au Japon (environ 10.000 récepteurs capables de recevoir la couleur) et aux Etats-Unis (environ 1 million de récepteurs, soit moins de 2 % de l'ensemble des télévisions en service).

En Europe, où aucun service régulier n'est en exploitation, trois systèmes de télétransmission d'images en couleurs sont actuellement en compétition :

- le N.T.S.C. américain ;
- le S.E.C.A.M. français ;
- le P.A.L. dérivé du N.T.S.C.

Les deux premiers sont les mieux placés pour être adoptés par les réseaux européens.

Toutefois, aucune décision n'a encore été prise en ce qui concerne le choix définitif du système commun.

Au cours d'une réunion de la sous-commission spécialisée du Comité consultatif international des radiocommunications (C.C.I.R.), qui s'est tenue à Londres en février dernier, l'Administration française a défendu vigoureusement le système français de télévision en couleurs et a pu obtenir qu'il soit sursis pendant un an au choix d'un système commun européen, afin d'éviter que ne l'emporte le système américain, dont l'adoption immédiate était préconisée par plusieurs pays.

Dans les discussions, il a été reproché au système français d'impliquer la mise en œuvre d'un récepteur difficile à réaliser et qui, en tout état de cause, n'avait pas reçu la sanction de l'expérience. Pour lever le doute, l'O.R.T.F. a demandé au Syndicat des constructeurs d'appareils récepteurs de télévision (S.C.A.R.T.) de faire mettre immédiatement en fabrication, dans les conditions habituelles des matériels de série, quelques dizaines de récepteurs, lesquels seront mis à l'épreuve dans les conditions réelles et usuelles d'exploitation à la fin de 1964. Cette expérience permettra de dissiper les incertitudes qui pouvaient encore subsister dans certains esprits et donnera à l'Administration française, lors de la prochaine confrontation prévue pour avril 1965, les moyens de réfuter de façon pertinente les objections avancées à l'encontre du système français.

Par ailleurs, les laboratoires de l'O.R.T.F. poursuivent l'étude méthodique des systèmes en compétition et mettent à profit toutes les occasions pour faire valoir, auprès des étrangers en visite à Paris, tous les mérites du système français.

Quel que soit le système choisi, on peut noter que la deuxième chaîne dont le réseau d'émetteurs est conçu pour la définition de 625 lignes, pourra être utilisée pour les émissions en couleurs.

En effet, les trois systèmes qui fonctionnent sur la définition de 625 lignes sont compatibles, c'est-à-dire que pour chacun d'eux, les émissions en couleurs pourront être reçues *en noir et blanc* sur les récepteurs actuellement utilisés par le public et que, réciproquement, les émissions en noir et blanc pourront être reçues en noir et blanc sur *les récepteurs construits pour la couleur*.

Toutefois si sur le plan technique, le problème de la télévision en couleurs est pratiquement résolu, on ne peut guère espérer voir entrer en service en France une chaîne de télévision en couleurs avant plusieurs années, c'est-à-dire vers 1968 et peut-être 1970.

ANNEXE N° 9

LA MONDIOVISION

L'Eurovision a fait ses preuves malgré les définitions, les langues et les situations juridiques différentes des dix-sept pays reliés à son réseau.

On pense maintenant de plus en plus à la Mondiovision ou télévision par relais spatiaux.

Des transmissions de programmes télévisés ont d'ailleurs déjà eu lieu entre les Etats-Unis et l'Europe grâce, entre autres, aux satellites « Telstar 1 », « Telstar 2 » et « Relay », l'une des plus célèbres ayant permis aux Européens d'assister aux obsèques du Président Kennedy.

En France, c'est la station de Pleumeur-Bodou qui est chargée de capter les émissions réfléchies par les satellites. Mais ceux-ci n'ont pas évolué jusqu'à présent à des distances assez grandes de la Terre et ont eu une durée de rotation trop courte pour que leurs retransmissions puissent couvrir, à un moment donné, de larges parties de la planète.

Une seule solution à ce problème : immobiliser en permanence les relais au-dessus d'un point déterminé. On pense y parvenir en plaçant à 36.000 kilomètres de la Terre trois stations tournant autour d'elle en vingt-quatre heures. Le lancement du satellite américain « Syncom 3 » est un premier pas vers la réalisation de ce projet.

Un certain nombre de pays du monde, dont la France, ont accepté de participer à la création d'une organisation mondiale de télécommunications par satellites, mais cette organisation ne prendra un caractère définitif qu'à partir de 1969.